

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie = Revue suisse de sociologie
= Swiss journal of sociology

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Soziologie

Band: 14 (1988)

Heft: 1

Artikel: Les idéologies sont-elles irrationnelles? : Une perspective de
communication politique

Autor: Papadopoulos, Ioannis

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-814659>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

LES IDEOLOGIES SONT-ELLES IRRATIONNELLES ? UNE PERSPECTIVE DE COMMUNICATION POLITIQUE ¹

Ioannis Papadopoulos

Université de Genève, Département de science
politique, route de Drize 7, CH 1227 Carouge

1. Irrationalité des idéologies ? A la recherche de rationalités autres

L'analyse des idéologies a souvent mis l'accent sur leur irrationalité. Prenons par exemple le cas du rationalisme critique : pour celui-ci, le discours idéologique (holisme métaphysique, historicisme pseudo-scientifique) est dangereux car pulsionnel, clos au questionnement et à l'épreuve des faits, dogmatique et totalisant. En deux mots, l'idéologie est le "mal" et c'est aussi l'"autre" puisqu'elle s'oppose à la science (à cet égard une telle conception reste paradoxalement proche du sens commun). Il faudra par conséquent remédier à ce mal en recourant aux procédures de la libre discussion et du débat démocratique, en utilisant les ressources fournies par la raison critique, qui apparaît dès lors comme le principal "garde fou" contre la menace de dérive totalitaire que fait peser l'idéologie ². Selon ce courant, c'est principalement à l'intérieur de la communauté scientifique que les principes de la raison critique sont mis en oeuvre. Il en résulte une idéalisation du fonctionnement du monde de la science, qui apparaît comme un modèle à suivre par la société dans son ensemble. La position marxiste est, elle, plus ambiguë : on ne sort pas des sentiers battus si on affirme que l'idéologie est pour elle un discours de réinterprétation du réel en fonction des intérêts de la classe dominante (Marx-Engels, 1972), et dans ce sens l'idéologie (dominante) reste le "mal" dans la mesure où le marxisme se veut critique et démythification de celle-ci. Elle est donc plutôt associée à une fonction "pratico-sociale" de

¹ Cet article est une version très largement remaniée d'une communication intitulée "De l'apparente irrationalité des idéologies politiques - A la recherche de rationalités autres", et présentée au 7e Congrès de la Société suisse de sociologie, Zürich, 17-19 octobre 1985. Nous tenons à remercier les professeurs P. Ansart, J. Gerstlé et W. Ossipow, ainsi que Mme M. Guibentif, dont les critiques ont été fort utiles. Nous remercions également M. G. Arigoni, psychologue, ainsi que le Dr. N. Nicolaidis, psychanalyste et chargé de cours à la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation de l'Université de Genève, pour leurs précieuses remarques sur l'adhésion des individus aux idéologies. La responsabilité des opinions émises dans ce texte incombe toutefois entièrement à son auteur.

² Cf. les oeuvres de Karl Popper, notamment en français 1956 et 1979. On retrouve une optique analogue chez Ernst Cassirer, 1946, ainsi que chez Lewis Feuer, 1975.

légitimation qu'à une fonction de connaissance (Althusser, 1966)³. L'idéologie apparaît dès lors comme conscience fausse (Lukacs, 1962, Gabel, 1962)⁴, comme un voile mis en place pour empêcher les classes dominées de prendre conscience de leur place et de leurs intérêts réels dans le processus de production. Bien que le marxisme reconnaisse donc la rationalité de la production d'idéologie pour les classes dominantes (dans la mesure où il s'agit d'une stratégie très fonctionnelle pour ces classes), l'adhésion des dominés à l'idéologie apparaît, elle, comme largement irrationnelle : c'est là que réside l'ambivalence marxiste.

Or nous pensons qu'il est nécessaire de choisir une autre perspective pour l'évaluation de la rationalité des idéologies que celle qui consiste en somme à les situer par rapport à des normes du discours scientifique (adéquation aux faits empiriques, vérité) et qui conduit à un certain mépris pour celles-ci, compréhensible par ailleurs si l'on insère tant le discours de Marx que celui de Popper dans le contexte de leur époque, qui fait ressortir le caractère polémique à tous deux (contre l'idéalisme et le totalitarisme nazi respectivement). On peut déjà discuter si une telle position dévalorisante est juste tout en restant dans le système de critères de ses défenseurs : or, pour que le discours idéologique soit acceptable, il ne peut être totalement déconnecté du réel. Reboul (1980, 197) écrit à ce sujet : "Il doit être rationnel pour convaincre mais il reste irrationnel dans la mesure où il doit convaincre". Certes, l'émetteur qui produit un discours idéologique à des fins de mobilisation ou bien pour se démarquer de ses concurrents sera amené à opérer avec celui-ci une simplification de la complexité du réel. Mais le discours idéologique peut aussi devenir plus analytique⁵ ; il suffit de penser à quatre situations de communication :

³ Pour un excellent résumé synthétique et critique de la pensée de cet auteur sur l'idéologie, cf. Ossipow, 1973.

⁴ Le concept de "fausse conscience" a été utilisé pour la première fois dans une lettre d'Engels à Mehring, qui date de 1893 (Boudon, 1986, 56).

⁵ Nous nous sommes inspiré de la distinction qu'opère Roig à propos du discours de Lénine entre discours idéologique et dialectique (1980a, 52-54). Du point de vue de la forme de chacun de ces discours, la distinction n'est pas sans présenter d'analogies avec celle qu'opère B. Bernstein (1975) entre codes "restreint" et "élaboré", avec la différence néanmoins que dans le cas du discours idéologique le choix d'un code plutôt que d'un autre est avant tout une stratégie verbale de l'émetteur. Sur les caractères idéal-typiques différents d'un langage polémique et d'un langage analytique à l'intérieur de la sphère de l'idéologie, cf. Papadopoulos, 1987, 104-114. Notons par ailleurs que Roig qualifie de "discours idéologique" ce que nous appelons "discours polémique". Nous n'avons pas utilisé sa conceptualisation car notre définition de l'idéologie étant fondée sur des critères contextuels et non internes au texte - ressource verbale pour la maximisation du pouvoir de son émetteur - par "discours idéologique" on entendra tout discours qui a une telle finalité. Par ailleurs, Roig appelle "dialectique" notre discours analytique, en se fondant sur l'opposition que fait K. Burke entre deux formes de pensée idéologique : la dialectique et la rhétorique (Roig, 1977, 75) (Roig semble du reste limiter l'usage du "discours dialectique" à l'impératif de prise de décision de la part de l'émetteur). Nous préférons ne pas utiliser le terme de dialectique car il peut être source de confusions, un raisonnement dialectique pouvant être utilisé à des fins purement idéologiques et rhétoriques (un discours est rhétorique de par les effets de persuasion qu'il recherche). De même, nous éviterons de qualifier ce discours de "didactique" (Marcellesi, 1971) : une formule comme "Le capitalisme est en crise",

- 1) L'émetteur doit justifier une prise de position inattendue : il invoquera alors la nécessité de tenir compte du rapport des forces, la particularité ou la complexité de la situation, etc.
- 2) Il doit théoriser ses positions, notamment s'il doit répondre aux critiques de ses concurrents (impératif d'immunisation de l'idéologie) ou justifier des innovations qui rompent avec son "parler" antérieur et le code de communication préétabli avec ses interlocuteurs.
- 3) Il doit produire un discours modéré qui gère, sélectionne et trie des points de vue, des exigences et des demandes contradictoires.
- 4) Il veut tout simplement cultiver une image de responsabilité et de compétence.

Selon les circonstances, le discours idéologique produit donc des doses variables de connaissance et d'occultation et il présente des degrés de complexité différents : plutôt qu'un voile, il serait donc un diaphragme qui s'ouvre et se referme sur la réalité. Il apparaît dès lors effectivement inutile d'évaluer le discours idéologique par rapport à son adéquation aux faits, tant que cette adéquation n'est pas problématisée par l'émetteur lui-même dans sa stratégie de conquête ou de préservation d'une position dominante dans un réseau de communication. La pertinence du discours idéologique devra plutôt être définie chaque fois ad hoc en termes d'organisation et de dosage optimal des fonctions d'occultation et de connaissance par rapport aux objectifs de l'émetteur.

Et surtout, se contenter de définir les idéologies comme des "bruits" qui empêchent une perception appropriée du monde (opacité versus transparence) n'est pas d'une très grande utilité pour la connaissance sociologique. Cela contribue certes à démonter les mécanismes des discours idéologiques et à saisir ceux-ci dans leur dimension mystificatrice ; avec une bonne dose d'optimisme sur l'impact de la science (et de mégalomanie sur son propre rôle de chercheur...), on peut dès lors croire que l'on amène les gens à être plus sceptiques face à ce genre de discours. Mais l'examen du rapport discours - réalité reste une opération passablement hasardeuse, dans la mesure où il présuppose que l'on ait des garanties sur la pertinence de notre propre représentation du réel, en fonction de laquelle on jugerait les différents discours, le nôtre accédant par là-même au statut de norme, de discours le plus objectif, véhiculant la représentation la plus pure. Or on sait qu'il n'existe pas de perception et de discours sur la société qui ne soient pas soumis à des biais, qu'il n'existe pas de conscience vraie (Windisch, 1978a, 207). Ceci dans la mesure où tout discours se fonde sur une sélection de données et sur des choix terminologiques qui s'opèrent parmi la variété de l'information et des langages disponibles pour appréhender l'objet (Roig, 1973, 60-62). Ce processus de réduction, inévitable, se traduit par la mise en évidence de certai-

en apparence didactique et constative, est en réalité polémique si on l'insère dans son contexte de production (compétition des partis de gauche avec les partis bourgeois).

nes facettes de la réalité sociale plutôt que d'autres ⁶. Roig estime par exemple, en reprenant Kenneth Burke, que toute sélection d'une terminologie déforme la réalité comme une caricature (1980b, 16). Thèse osée, qui se justifie par rapport à une polémique contre le discours scientiste, mais trop généralisante à son tour pour permettre de saisir les degrés variables d'occultation du réel en fonction du type de discours produit.

Notons enfin que la croyance à la possibilité d'un consensus fondé sur la science et sur la raison a abouti à ce que, dans l'euphorie du progrès des années 60, on ait annoncé avec fracas la substitution de l'âge des idéologies par celui de la rationalisation et de la technicisation du politique, caractérisées par la prise de décisions objectives, neutres et rationnelles qui seraient le fait de technocrates apolitiques et compétents (Bell, 1965, Lipset, 1975, 443-448). Néanmoins, même les sociétés dites "post-industrielles" ne sont que très partiellement "désenchantées" ("entzaubert") ou si l'on préfère rationalisées-sécularisées ⁷ : il suffit de citer comme cas de mise en oeuvre d'une démonstration de l'histoire dans ces sociétés, la "rumeur d'Orléans" dans une ville-profil de la France des années 60 (Morin, 1970) ou encore l'acceptabilité des discours xénophobes en Suisse (Windisch, 1978a et b). Evidemment, si on ne voit que de l'irrationnel dans le phénomène idéologique, on ne peut que demeurer perplexe devant sa permanence et sa durabilité (malgré les thèses de la fin des idéologies) et on se prive inévitablement de moyens pour comprendre les mécanismes de la diffusion sociale des idéologies. Nous estimons donc, au risque certes d'être perçu comme quelque peu iconoclaste, que le chercheur a plutôt intérêt à tenter de saisir les types de rationalité différents de la rationalité scientiste auxquels répond le discours idéologique (pour P. Bourdieu, par exemple (1987, 82) les mythes ont une logique pratique, "c'est-à-dire bonne pour la pratique, nécessaire et suffisante pour la pratique").

A cette fin il est fort utile de se situer dans une perspective de *l'acteur*. Plus précisément, il s'agit d'adopter une démarche compréhensive, qui s'inspire de M. Weber (1965, 325-398 et 1971, 4-5), et qui vise d'abord à saisir la rationalité propre de chaque acteur social, ses motivations ainsi que le sens qu'il attribue à chacune de ses actions. Tout à fait récemment, R. Boudon (1986, 294, note 14) a adopté ce point de vue également pour l'analyse des idéologies. Son hypothèse fondamentale est que les acteurs ont de *bonnes raisons* d'adhérer à des systèmes de croyances, même si ces dernières sont fausses ⁸. Il va de soi que les acteurs ont de tout aussi bonnes raisons de pro-

⁶ Mannheim (1955, 93-94) perçoit avec une optique analogue les différentes interprétations de l'histoire.

⁷ J. Meynaud (1961) a très tôt été tout à fait lucide sur l'absence de pertinence de ces thèses. Pour une excellente synthèse critique en français du courant de la fin des idéologies, cf. Birnbaum, 1975.

⁸ Pour reprendre les termes de l'auteur, les exemples les plus connus d'analyse webérienne des "bonnes raisons" des acteurs seraient ceux de l'adhésion des protestants au capitalisme et de la légitimité des trois types d'autorité.

duire des idéologies. Notons également que Boudon n'approuverait probablement pas les "bonnes raisons" d'adhésion aux idéologies que nous donnerons car elles sont largement inconscientes. Or ce type d'objection repose sur un présupposé de base empiriste qui est contestable (Habermas, 1987, 122). Nous sommes par contre d'avis que les "raisons" inconscientes sont tout aussi "bonnes" que d'autres dans la mesure où, comme le souhaite du reste Boudon (1986, 25), "l'acteur les évoquerait lui-même s'il avait le temps d'y réfléchir et le goût de se livrer à cette introspection"⁹. Une telle perspective a été moins explorée à notre connaissance dans le domaine de l'analyse des idéologies. Elle aura, nous l'espérons, le mérite de nous aider à mieux comprendre en fonction de quelles motivations il apparaît rationnel (si l'on se permet une analogie avec l'économie qui nous a semblé féconde) aussi bien de "produire" que de "consommer" des discours idéologiques¹⁰.

2. Le point de vue de l'acteur dans la communication politique

Althusser a perçu que c'est avant tout la fonctionnalité du discours idéologique (le fait qu'il est destiné à servir des intérêts) qui est constitutive de son caractère (Ossipow, 1973, 180)¹¹. Si l'on préfère traduire cela dans le langage de Wittgenstein, c'est la "forme de vie" dont fait partie le "jeu de langage" idéologique qui détermine sa qualification. Mais la rationalité du recours à l'idéologie de la part d'un émetteur (que nous appellerons désormais E) n'est qu'esquissée chez Althusser tandis que celle de l'adhésion à l'idéologie par les destinataires (que nous appellerons D) interpellés en "sujets" n'est pas analysée. A cette fin il est à notre avis nécessaire d'appréhender le discours dans sa dimension *pragmatique*¹², c'est-à-dire de prendre en compte que celui-ci s'inscrit dans un réseau de communication où sont en interaction aussi bien des E que des D de discours. Dans une telle perspective, il convient de restreindre l'usage du concept d'idéologie aux seules "idéologies de contrôle" (Chazel, 1980), véhiculées par des discours structurés et cohérents

⁹ A ce sujet le parcours d'anciens militants communistes qui ont fait une psychanalyse par la suite et qui expliquent les mécanismes biographiques (roman familial, etc.) ainsi que psychosymboliques de leur adhésion à l'orthodoxie communiste est illustratif ; cf. Clément, 1979.

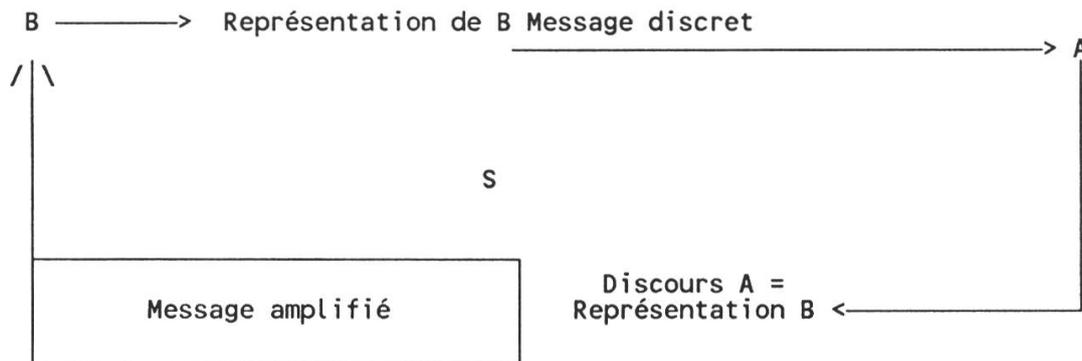
¹⁰ L'inspirateur de l'analogie du marché comme outil heuristique pour l'étude de la compétition idéologique est Hotelling, 1929. Une approche plus réaliste sur laquelle nous reviendrons est celle de Downs, 1957.

¹¹ Notons toutefois que la conception de cet auteur revient à dénier tout caractère scientifique au contenu du discours idéologique. Or on peut très bien concevoir l'utilisation idéologique de démonstrations scientifiques (l'utilisation de la théorie du "capitalisme monopoliste d'État" par les partis communistes pour légitimer leurs stratégies d'alliance, de rationalisations théoriques comme le "néo-libéralisme" par les partis bourgeois pour rendre leurs choix politiques acceptables, etc.).

¹² En fonction de la célèbre distinction de Morris entre syntaxe, sémantique et pragmatique ; cf. Morris, 1938.

émis par des organisations politiques. L'objectif de E est alors de rendre ces discours acceptables auprès de groupes sociaux D qui, eux, sont porteurs d'"imaginaires", c'est-à-dire d'ensembles de représentations caractérisés par leur aspect "plutôt diffus, non fixé, arbitraire et informe" (Iser, 1981, 1113).

Le modèle "d'interlocution" (Ossipow, 1979, 51-56) présente une des conditions d'acceptabilité du discours idéologique : E doit s'adapter à ce que l'on peut appeler la demande d'idéologie de la part des D. Ce modèle représente donc le cas le plus pur d'adéquation de l'idéologie politique à l'"imaginaire social" (Castoriadis, 1975) environnant. Dans ce cas, pour qu'elle soit acceptable, l'idéologie politique devra être reflet conforme de l'imaginaire ou bien, ce qui équivaut au même en termes économiques, l'offre idéologique devra correspondre entièrement à la demande des consommateurs. Le meilleur moyen dont dispose E à cette fin est de rester à leur écoute : on pourra dire métaphoriquement qu'ils lui suggéreront discrètement, comme un murmure à l'oreille, ce qu'ils souhaitent entendre de sa bouche. Ce modèle offre par ailleurs un exemple d'utilisation en politique de modèles généraux de la communication, destinés en principe à l'analyse des relations interindividuelles. Le discours étant une schématisation de significations imaginaires, il peut aussi être perçu comme "l'expression dans une langue naturelle d'une représentation d'un sujet A en vue de la rendre vraisemblable à des sujets B dans une situation S" (Grize, 1976, 25). S peut alors être définie comme la situation de communication, A comme l'émetteur et B le destinataire auprès de qui le message doit paraître vraisemblable, et par conséquent acceptable. Dans le cas de l'interlocution, la condition de vraisemblance est que le discours de A soit équivalent à la représentation de B, chose que l'on peut figurer ainsi:



En d'autres termes, le message devra être perçu par les destinataires comme fidèle au réel, ce qui veut dire qu'indépendamment de sa vérité il devra correspondre à leur propre perception de celui-ci. Selon le modèle, E doit donc "prendre le pouls" des D (notamment à l'aide de sondages) et harmoniser son discours avec leurs attentes. A cette fin il reprendra les thèmes que les D considèrent fondamentaux et il les traitera comme ils le désirent.

Paradoxalement donc dans ce modèle ce sont les "consommateurs" d'idéologie qui, bien que dans les coulisses, en sont logiquement et chronologiquement les premiers producteurs. E fonctionnera comme caisse de résonance et amplifiera, répètera à haute voix ce que les D lui auront "discrètement" laissé entendre.

L'interlocution remet donc en question la dichotomie classique de la théorie de la communication entre E et D en montrant la complexité de la circulation des flux d'information et la ponctuation variable des séquences ; dans le cas de la communication de masse, elle relativise la distinction entre imaginaires sociaux et idéologies politiques et impose de raisonner en termes de réseau. Dans ce modèle le destinataire formel (D) se sent en position de dicter en sourdine son message et l'émetteur apparent (E) se sent obligé de suivre D. Mais le modèle n'explicite pas suffisamment le rôle des sanctions dont dispose D s'il est mécontent du discours produit ; or, l'existence de ce potentiel de sanctions est même une condition nécessaire pour que E s'aligne sur les désirs de D. Ainsi, les électeurs où les adhérents (D) d'un parti pourront protester ou retirer leur soutien à celui-ci (E)¹³ ; il suffit de penser au fait que les élections constituent un mécanisme de feedback démocratique, une ressource qui fournit la possibilité aux D de noter E.

Notons que l'efficacité de cette communication présuppose qu'un certain nombre de conditions implicites soient remplies, et qui doivent être mises en évidence : que E disposera des canaux appropriés pour recevoir le message discret de D, qu'il saisira son sens et sera d'accord de la répéter à haute voix, enfin qu'il disposera également de canaux pour diffuser son propre message ; quant à D, il devra avoir des ressources à disposition pour s'exprimer, être d'accord de coopérer avec E en lui faisant part de ses demandes et considérer qu'un message qui satisfait ces dernières sans surenchérir est suffisamment acceptable.

Bien sûr, le modèle d'interlocution ne décrit qu'une des situations d'acceptabilité des idéologies politiques, le cas où celles-ci apparaissent comme des élaborations rationalisées - systématisées des significations imaginaires sociales (Castoriadis, 1978, 21), c'est-à-dire des rationalisations des choix culturels des D, de ce qui importe pour eux. En d'autres termes, il décrit ce qui est souvent perçu avec mépris comme de l'opportunisme ou de l'électoratisme, mais qui est, il faut bien l'admettre, un des principes fondamentaux de la communication politique dans des situations de compétition idéologique (Pa-

¹³ Sur les stratégies alternatives dont disposent les acteurs mécontents du fonctionnement d'une institution et qui consistent à jouer sur la loyauté face à celle-ci ("Exit" ou défection, "Voice" ou prise de parole), on consultera l'excellent ouvrage d'A. Hirschman, 1972, et, pour une révision de sa pensée, 1986, 57-87. Le concept d'"institution" implique que l'auteur unifie sous une même logique les entreprises privées et publiques, l'Etat, les partis politiques, les groupes d'intérêt et même les familles.

padopoulos, 1985), dans la mesure où les D ont, pour reprendre une expression de Sartori (1976, 123-124), un "potentiel de chantage" sur E ¹⁴.

Et même dans ce cas, il est nécessaire de tenir compte des situations de communication complexes où les D peuvent constituer des groupes-cible avec des demandes différentes. C'est le problème que doivent affronter les partis "attrape-tout" - ou "catch-all parties" selon l'expression d'O. Kirchheimer (1966) - qui s'adressent à des groupes sociaux dont les intérêts ne concordent pas toujours, ainsi qu'à des destinataires dont la proximité et l'engagement idéologique auprès du parti sont très variables : du militant à l'électeur indécis susceptible d'être attiré par les E concurrents, en passant par les sympathisants. Dans ce cas on ne peut prévoir à priori le type de discours acceptable, il existe par conséquent au moins deux hypothèses plausibles sur les stratégies discursives de gestion des demandes incompatibles, notamment :

- 1) La production d'un discours banalisé, à faible intensité idéologique, minimum dénominateur commun centré sur les lieux communs, les stéréotypes sur lesquels les parties sont d'accord. On peut parler là d'un équivalent des "formes normales" de la communication (Cicourel, 1973, 54), qui désignent les éléments discursifs évidents pour les parties ; à condition toutefois d'être au clair que dans la communication politique l'important est l'accord des parties sur le message tandis que dans les formes normales l'important est la compréhension de celui-ci. En effet, peu importe que le message soit compris sans trop de peine, l'essentiel reste qu'il ne soit pas rejeté, qu'il soit perçu comme vraisemblable et pertinent par les D. Bref, le discours produit devra l'être "à propos" (Bourdieu, 1982), ce qui nous oblige à passer du niveau chomskyen de la compétence linguistique d'un locuteur idéal (Chomsky, 1971, 13-14) au niveau d'une compétence pratique d'un locuteur situé dans un réseau ¹⁵. Le discours banalisé pivotera autour de "signifiants flottants" (Lévi-Strauss, 1973) vagues, ambigus et polysémiques, que chaque destinataire pourra interpréter à sa manière ("peuple", "démocratie", "changement" etc). Ce type de signifiants a donc la propriété de pouvoir être mis en rapport avec des signifiés qui sont à la limite différents pour chaque destinataire ; on pourrait utiliser pour qualifier ce rapport de signification la métaphore de la "chambre vide", que chaque "client" à qui elle est offerte pourra meubler à sa guise...
- 2) L'oscillation discursive et la manipulation du double (ou triple...) discours si la première stratégie n'est pas réalisable car l'écart entre les di-

¹⁴ L'auteur applique ce concept à certains partis en fonction de leur rapport au système politique.

¹⁵ L'acceptabilité sociale d'un message a bien sûr un sens plus étroit que l'acceptabilité linguistique : elle implique l'accord des D avec celui-ci tandis qu'un message est linguistiquement acceptable dès le moment où il est compréhensible par les D (Chomsky, 1971, 21), où "il remplit les conditions nécessaires pour qu'un auditeur puisse, par 'oui' ou 'non', prendre position par rapport à la prétention qu'éleve le locuteur." (Habermas, 1987, 307).

verses attentes est trop grand. Ceci présupposerait théoriquement que les différents D ne communiquent pas entre eux, afin que la crédibilité de E ne soit pas entamée. Or, en réalité et compte tenu du rôle des médias qui contribuent à la diffusion du discours et à l'élargissement de l'auditoire implicite, les D risquent de se rendre compte du procédé, mais on peut faire l'hypothèse rationnelle qu'ils seront d'accord de faire la sourde oreille par rapport à ce que E dit ailleurs, à condition qu'il produise à leur intention un discours qui les satisfasse. Il convient d'ajouter également que, dans une situation de pluralité de D, ceux-ci sont inégalement informés et disposent de canaux de qualité variable pour faire passer leur message "discret" à E, et cela en fonction de leur position dans le réseau de communication (ainsi l'appareil sera mieux informé et se fera en général plus facilement entendre que l'électorat). Il est donc possible que le discours produit, plutôt que d'être une réelle synthèse des différentes demandes, sera plus influencé par certaines d'entre elles, avec les problèmes d'acceptabilité que cela peut poser.

En outre, d'autres mécanismes peuvent assurer l'acceptabilité du discours auprès des D. Un certain nombre de facteurs contribuent notamment à une plus grande marge de manoeuvre de la part de E, dans le sens que même si son discours ne correspond pas aux attentes des D (ou ne correspond plus si E procède à des réaménagements du discours), les probabilités pour qu'il n'y ait pas de sanctions de leur part seront plus élevées que dans le modèle d'interlocution pure (car les boucles de feedback seront moins développées). Citons les cas suivants que l'on peut subdiviser en "propriétés de position" (Bourdieu, 1966, 865) de E et en propriétés structurelles du réseau de communication.

Les propriétés de position de E peuvent être les suivantes :

- 1) E bénéficie d'un effet de monopole ; cela peut être le cas même en situation pluraliste, quand E est fortement investi par des D qui ne sont pas réceptifs aux discours concurrents. Par exemple, les militants inconditionnels, les "loyalistes" (Hirschman, 1972, 95-108), concevront plus difficilement (il leur sera plus coûteux psychologiquement) de faire défection, même si le discours de E ne correspond plus à leurs attentes. Ils mettront donc tout en oeuvre pour une "prise de parole" ; toutefois, si celle-ci ne s'avère pas efficace, ils risquent alors de faire une défection poussée, à la mesure de leur investissement précédent (par exemple en soutenant un concurrent éloigné idéologiquement).
- 2) E bénéficie d'une position dominante : la présence d'un leader charismatique qui domine un réseau de communication peut avoir comme effet l'atrophisation des boucles de contrôle démocratique, la crainte de les utiliser si ceci est perçu comme un crime de lèse-majesté ; cela confère de l'"immunité" à E. Ou encore on se mobilisera plus difficilement contre un "parti dominant" assimilé au système (Charlot, 1970), de peur

de déstabiliser le système lui-même. Enfin, les concurrents peuvent ne pas être suffisamment crédibles comme forces d'alternance.

- 3) E est en mesure de fournir des "biens privés" (Olson, 1978), en rachetant ainsi en quelque sorte les consciences des D. C'est le cas du clientélisme¹⁶ : promesses d'emploi dans le secteur public, prestations servant d'équivalents fonctionnels qui se substituent aux carences de la sécurité sociale officielle déficiente¹⁷, etc. Dans cette situation, les prestations individualisées servent de frein dissuasif à l'expression des mécontentements.

Quant aux propriétés structurelles du réseau, elles peuvent être les suivantes :

- 1) Une structure de la concurrence politique de type oligopolistique¹⁸ (notamment le bipartisme), qui peut se consolider et se reproduire grâce au système électoral (de préférence majoritaire) et qui rend problématique l'entrée dans le "marché politique" d'acteurs ayant fait défection des partis traditionnels et qui entendent créer leur propre parti¹⁹. Des homologues existent avec le marché économique où il est moins coûteux pour un consommateur mécontent d'obtenir le produit désiré auprès d'un autre producteur plutôt que de créer sa propre entreprise afin de produire le bien en question lui-même. Demeure bien sûr dans le marché politique la possibilité de l'abstention (ou du vote blanc et nul si celle-ci n'est légalement pas possible), qui correspond en termes économiques à un boycott généralisé des produits idéologiques offerts sur le marché.
- 2) Une forte polarisation et distance idéologique entre E-concurrents, qui rend difficile le passage d'une organisation à l'autre. En termes économiques, les biens offerts sur le marché politique par les différents concurrents ne sont pas perçus comme substituables.

Enfin, complément plus fondamental au modèle d'interlocution, E peut avoir comme objectif premier selon la conjoncture, non la satisfaction de la demande des D, mais :

¹⁶ Sur ce phénomène cf. à titre d'introduction et entre autres *International Political Science Review*, 1983 et en français, Médard, 1976.

¹⁷ Ce dernier phénomène a été mis en valeur par R. Merton (1965, 126-138) dans son étude des fonctions de la "machine" aux États-Unis, ce qui atteste, si besoin en était, que le clientélisme n'est pas qu'un corrélat du sous-développement économique.

¹⁸ Sur ce type de concurrence en économie, cf. le classique de Chamberlin (1953) et, pour la concurrence idéologique, Ossipow, 1980.

¹⁹ Il suffit de penser aux échecs répétés de l'"Alliance" (des libéraux et des sociaux-démocrates) en Angleterre pour percer en tant que "troisième force". Pour ce faire, elle aurait en effet dû surmonter des obstacles à deux niveaux : celui de la psychologie du vote utile et celui de la loi électorale (système majoritaire uninominal à un tour).

- 1) La production d'un discours auto-légitimateur, visant à convaincre les D qu'ils ont tort. Plus concrètement, quand E cherche à corriger une image négative auprès de D qui lui sont hostiles, image que les concurrents cherchent, eux, à maintenir. Il s'agit donc de prendre le contrepied des représentations des D, et le discours sera alors une schématisation de représentations opposées aux leurs. Ou encore, lorsque E tente de modérer les D en les persuadant (s'il a lui-même au préalable acquis et intériorisé un "habitus" de parti responsable) qu'il ne peut répondre à toutes leurs exigences. Dans ce cas il s'agit précisément de rendre acceptable le fait que la totalité de la demande sociale des D ne peut être satisfaite, car E doit également tenir compte d'exigences fonctionnelles spécifiques au système politique et qui sont en contradiction avec celles du groupe de référence. Si cela marque en même temps un changement de ligne, E utilisera certaines stratégies verbales pour justifier l'abandon des promesses initiales : nécessité de tenir compte du rapport des forces en présence, déficit de ressources de sorte que les exigences doivent être hiérarchisées, voire triées, etc. (Papadopoulos, 1986 et 1987, 115-127).
- 2) La production d'un discours innovateur qui implique que E devra opérer un travail similaire de persuasion afin de familiariser les D avec celui-ci. Ce choix s'apparente à celui opéré par un "entrepreneur innovateur" dans les termes de Schumpeter (1984). E décide en effet de passer outre à l'état de la demande sociale en espérant arriver à la modeler à l'aide de son discours. S'il s'avère efficace, le processus est l'inverse de celui de l'interlocution, puisque c'est l'imaginaire social qui se calquera sur l'idéologie politique.
- 3) La production en régime pluraliste - où les situations de communication sont complexes, impliquant une pluralité de destinataires - d'un discours de compromis adressé avant tout aux concurrents si ceux-ci doivent être ménagés, notamment si la formation de coalitions avec eux s'impose. Il va sans dire que ce type de discours diffèrera du discours pré-électoral, dans lequel E doit mettre l'accent (auprès des électeurs qui sont alors les D privilégiés) sur sa spécificité, sa "marque déposée", ainsi que sur ses avantages par rapport aux concurrents. Il est aussi à noter que dans cette situation on reste dans l'interlocution, sauf qu'il ne s'agit plus pour E d'entrer en communication avec l'électorat en satisfaisant le demande sociale, mais de répondre aux attentes d'autres acteurs institutionnels. Evidemment, E peut aussi décider au contraire de se démarquer des E-concurrents pour démontrer sa singularité ou pour répondre à leurs interpellations : il s'établit alors une "grammaire de l'interincompréhension" (Maingueneau, 1983,23).

En fin de compte, le modèle d'interlocution n'est pas toujours applicable (il n'en a d'ailleurs pas la prétention) et il mérite d'être affiné. Cela dit, il peut être perçu comme un "type-idéal" construit comme outil heuristique pour l'analyse du discours idéologique en termes d'interaction et de commu-

nication entre E et D. Et dans ce sens il permet d'esquisser les traits de la fonctionnalité des idéologies, résultant de la nécessité pour E de produire un discours acceptable auprès de D et de la nécessité pour D de trouver un discours qui corresponde à ses attentes.

3. La rationalité de la production d'idéologie pour l'émetteur (E)

Une des raisons importantes pour ne pas juger les idéologies en termes d'adéquation au réel et de vérité est tout simplement le fait que ce n'est pas là le principal objectif de leurs E. Les prétentions à la vérité qui apparaissent dans le discours idéologique peuvent justement n'être que "prétention" et non souci réel de E. La rhétorique politique, mise en oeuvre de l'idéologie, est un art de la persuasion qui ne se préoccupe guère de questions de vérité (Roig, 1977, 75). En effet il n'est pas nécessaire que E soit lui-même convaincu de la véracité de ses propos, l'important étant qu'il arrive en argumentant à persuader son auditoire qu'il dit vrai et que son évaluation des faits est juste. "Le domaine de l'argumentation est celui du vraisemblable, du plausible, du probable, dans la mesure où ce dernier échappe aux certitudes du calcul" (Perelman/Olbrechts-Tyteca, 1970, 1). Si le "bonheur" - selon les termes d'Austin (1970) - d'un énoncé scientifique résulte effectivement de sa non falsification²⁰, celui d'un énoncé idéologique résulte de son acceptabilité sociale, de son efficacité pour la production de soutien en faveur de E, à son tour fonction de sa perception comme vraisemblable par D.

Pour E le discours idéologique est une ressource symbolique qui lui permet de maximiser au moindre coût, plus économiquement que s'il devait utiliser la violence physique²¹, son pouvoir et son contrôle sur son environnement : la production idéologique est donc un choix rationnel. En reprenant la distinction webérienne (Habermas, 1987, 182), le discours idéologique est orienté - indépendamment des diverses formes qu'il peut revêtir - vers une maîtrise pratique et non théorique de la réalité. La *maximisation du pouvoir* de l'émetteur est donc l'objectif premier de la production idéologique qui est avant tout *stratégie* verbale, à condition d'enlever à ce concept "ses connotations naïvement téléologiques : des conduites peuvent être orientées par rapport à des fins sans être consciemment dirigées vers ces fins (...)" (Bourdieu, 1987, 20). Si l'idéologie apparaît dès lors comme un moyen, il faut toutefois se garder d'en avoir une conception purement instrumentale, à la manière d'un A. Downs (1957, 30-31) par exemple, qui pense assez cyniquement que les partis recherchent seulement la conquête du pouvoir et que la réalisation

²⁰ Ceci ne veut pas dire qu'à l'intérieur de la communauté scientifique, qui est aussi un réseau de communication hiérarchisé où les interlocuteurs disposent de ressources inégales, les E ne doivent pas développer aussi des stratégies de persuasion, cf. Bourdieu, 1984.

²¹ Parler de "violence symbolique" est devenu un lieu commun du discours sociologique.

de leurs objectifs programmatiques n'est pas une fin en soi. Une telle conception amènerait à dire que la tradition doctrinale ne représenterait nullement une contrainte pour E et que l'idéologie serait absolument malléable selon les besoins de celui-ci. Or, on a vu avec le modèle d'interlocution - encore qu'il s'agisse là, à vrai dire, d'un cas extrême - que cela n'est pas possible et que E doit disposer de ressources supplémentaires pour s'autonomiser. Sartori (1976, 327) opère d'ailleurs une distinction intéressante entre partis à l'idéologie souple et partis sectaires où la place de celle-ci est beaucoup plus importante. Bien évidemment, il n'existe pas de modèle unique du rôle de l'idéologie dans les partis mais, si E veut transformer son discours, il doit tenir compte de la surveillance qu'exercent sur lui - à des degrés variables selon la structure de l'organisation - ceux parmi les D pour qui l'idéologie est une fin en soi : les gardiens du dogme, pour qui l'abandon des principes équivaut à une trahison. Les "purs et durs" qui protestent et peuvent menacer de remettre en cause leur loyauté et de faire défection car ils ne sont pas "zweckrational" à l'instar de l'électeur downsien mais "wertrational". Notons en passant que ces D sont généralement les mieux informés et ceux qui sont le plus sur le qui vive, les plus enclins à la vigilance idéologique. E ne peut donc faire et défaire à sa guise son idéologie, qui n'est pas parfaitement élastique : la structure et les thèmes de celle-ci, sa "grammaire", doivent garder le contact avec les significations imaginaires des D. En résumé, il existe de nombreuses instances de *contrôle* de la manipulation du discours par E dans un système pluraliste :

- l'électorat ;
- l'organisation elle-même (dans le sens de l'"appareil") ;
- les émetteurs-concurrents qui guettent pour dénoncer les incohérences dans le discours, l'abandon des principes, la non-crédibilité des changements ou, stratégie plus perverse, pour saluer ces derniers en mettant par là-même la "puce à l'oreille" à ceux qui s'y opposent. E devra tenir compte du talonnement des concurrents et cela d'autant plus qu'il les percevra comme capables d'avoir de l'impact sur la clientèle indécise ou sur les mécontents.

E devra donc mettre en oeuvre des stratégies discursives très subtiles pour rendre acceptable l'innovation idéologique, car celle-ci (tout comme l'innovation économique d'ailleurs) comporte des risques et des coûts traduisibles dans ce cas en termes de protestations et de défections de la part de certains D. Ces coûts seront d'autant plus élevés que, d'une part, l'innovation paraîtra osée aux yeux de ces D, et que, d'autre part, les boucles de contrôle sur E seront développées. Bien entendu, il existe par ailleurs des E plus ou moins "riscophiles" ou "riscophobes" (ayant le goût ou au contraire la peur du risque) : par exemple, il arrive que des partis fassent le choix "riscophobe" de se limiter à reproduire leur position de monopole parmi leurs fidèles. Pour ce faire, il est néanmoins nécessaire que ceux-ci constituent une part de l'électorat estimée suffisante par la direction du parti. Ils doivent donc à eux

seuls fournir le "capital" nécessaire à la survie de l'organisation dans le cadre d'une stratégie de repli ; notons qu'un tel choix aura comme effet une dogmatisation, une rigidification du discours produit.

Ces considérations de tactique politique nous amènent dès lors à envisager la rationalité des idéologies autrement, mais toujours de manière très classique : comme l'adéquation des moyens choisis à des fins déterminées, en termes de "Zweckrationalität". "Les affirmations fondées et les actions efficaces sont certes des signes probants de la rationalité" (Habermas, 1987, 31). Indépendamment des prétentions à la vérité du discours idéologique en tant que série d'affirmations, celui-ci érige une prétention à l'efficacité en tant qu'*action* symbolique, finalisée (Edelmann, 1971). On peut donc soutenir qu'une idéologie est rationnelle si elle est *le meilleur moyen* pour E d'acquiescer, de maintenir ou d'étendre son pouvoir. Nous arrivons ainsi à la fonction sociométrique du langage politique qui, selon C. Roig (1980b, 147), "n'est pas de transmettre une information mais de créer, de maintenir ou éventuellement de changer un réseau de communication complexe à quoi peut se ramener un système de pouvoir".

Pour cet auteur (Roig, 1980a, 54), l'idéologie est un "discours économique et efficace pour inciter à l'action", un "système de messages contrôlés en rapport avec la conquête ou la conservation d'une position dominante dans une structure sociale hiérarchisée. Ce système est ouvert et implique des régulations" (Roig, 1980b, 182). Notons au passage que l'ouverture du discours idéologique apparaît comme une nécessité pour E. Selon Roig, E doit opérer des régulations dans son discours afin de s'adapter aux positions changeantes qu'il est amené à occuper dans le réseau de communication. Celui-ci, qui constitue l'environnement de E, est lui-même changeant (apparition et disparition d'émetteurs-concurrents, de D, mutations de la demande, etc) et E doit adapter son discours aussi en fonction de ces changements. L'acceptabilité du discours auprès des D est donc la condition pour que E exerce un pouvoir de contrôle sur ceux-ci (d'où le concept d'"idéologies de contrôle"). Plus précisément, il s'agit là d'un moyen pour orienter les D vers ce que l'on appelle en termes systémiques un "soutien diffus" (Easton, 1965) en faveur de E. Ce type de soutien se distingue du soutien qui porte sur des politiques ponctuelles de E, centrées sur des enjeux précis ("issues") ; moins concret, il paraît néanmoins plus fondamental pour E dans la mesure où il s'agit d'un consensus de fond sur lui-même en tant qu'acteur plutôt que sur ses actions (on peut par exemple être d'accord avec une action d'un parti sans être pour autant disposé à voter pour lui). Si ce soutien de base existe, il permet justement à E une plus grande autonomie dans ces actions ponctuelles, qui seront plus facilement acceptables auprès des D. Il s'agit donc que l'"input stress" qui pèse sur E et qui risque de le déstabiliser (la contestation interne, le discours des émetteurs-concurrents, la volatilité de son électorat, etc) soit contrebalancé par la production d'un "output" approprié, le discours idéologique qui génère du "feedback négatif". L'objectif de E est donc de minimiser

la contestation, voire même l'apathie chez les D et de maximiser le soutien qu'il reçoit d'eux, ou, mieux encore, la mobilisation active en sa faveur.

La direction d'une organisation politique (comme de toute institution) doit, nous venons de la voir, répondre à un certain nombre d'exigences fonctionnelles, de contraintes, tant internes à l'organisation qu'externes. L'idéologie apparaît alors comme une ressource à moindre coût qui permet cette réponse et E pourra accomplir à l'aide de celle-ci un certain nombre de fonctions. Rappelons que Parsons (1951 et 1961), qui assigne un rôle important aux phénomènes culturels, non seulement en tant que facteurs de communication mais aussi d'intégration sociale (et cela à tel point que le reproche de conservatisme qui lui est régulièrement adressé est devenu un lieu commun du discours sociologique), estime que tout système d'action doit accomplir pour sa survie dans l'environnement les fonctions d'adaptation, de poursuite de buts, d'intégration et de latence. A noter que la fonction d'intégration recouvre les activités du système qui assurent le maintien de sa cohérence, tandis que la fonction de "latence" recouvre plutôt l'exercice des tâches de reproduction au niveau plus profond des valeurs et des normes culturelles ("latent pattern maintenance")²². Il est évident que les fonctions que le discours idéologique accomplit s'inscrivent toutes dans le cadre de la fonction de latence parsonienne puisque la production discursive est une activité symbolique. Nous sommes donc amené à réviser partiellement pour les besoins de notre étude la typologie des fonctions de Parsons et nous donnerons un contenu quelque peu différent aux fonctions accomplies. Ainsi nous avons préféré mettre l'accent sur la différenciation entre, d'une part, la nécessité pour E de créer de la cohésion avec les D (c'est ce que nous appellerons la fonction d'intégration-mobilisation) et, d'autre part, la nécessité que E asseoie son pouvoir : nous définirons ainsi une fonction d'équilibre. Par ailleurs nous ne ferons pas état de la fonction de poursuite des buts qui est à notre avis étroitement liée à l'activité symbolique d'intégration : E ne peut en effet prétendre créer de la cohésion avec les D sans leur prouver qu'il existe un certain nombre de buts communs à atteindre et qui peuvent fonder une coopération mutuelle. Nous avons aussi intégré l'innovation dans la fonction d'adaptation, et ceci afin d'enlever à celle-ci un côté quelque peu statique. Enfin, nous avons envisagé une fonction de légitimation, celle-ci étant un des objectifs fondamentaux du discours idéologique. La liste des fonctions sera donc la suivante :

a) La fonction d'*équilibre* doit permettre à la direction d'un parti, soit de consolider son pouvoir à l'intérieur de l'organisation à l'aide de la production d'un discours acceptable par les différentes tendances, soit de s'assurer le soutien de D extérieurs (l'électorat), grâce à un discours qui tient compte de leurs attentes éventuellement très diverses. Bien entendu, la notion d'"équilibre" doit être prise, comme le suggère Luhmann (1974, 12), dans son sens

²² Pour une analyse critique des différents sens du concept de "latence" dans la pensée fonctionnaliste, cf. Luhmann (1984, ch. 1 et 8).

métaphorique et à titre d'idéal-type heuristique : une institution sociale n'est pas assimilable à un organisme vivant ou à une machine.

A ce sujet, Bon et Burnier (1974) montrent dans une remarquable étude sur la social-démocratie allemande en quoi la direction ne pouvait qu'adopter un discours perçu au sein de l'organisation comme "centriste" par rapport aux différentes tendances. Une analyse sémantique du contenu des messages des différentes tendances de l'organisation permet aux auteurs d'argumenter que, si une aile droite du parti s'oppose à une aile gauche car la première privilégie l'action pratique et la deuxième les principes théoriques, seule une position centriste permet de gérer cette contradiction : le centre aura un discours de gauche comme compensation verbale à des pratiques de droite. Il est le seul à accepter et même à ériger en principe tacite le décalage entre l'idéologie officielle de l'organisation et ses pratiques. Bien entendu, la position centriste restera acceptable tant que ce décalage sera camouflé, que le principe n'est pas explicité et qu'il existe là-dessus un consensus tacite et à vrai dire aussi quelque peu honteux des membres de la direction. C'est par ce type d'équilibre - dans lequel le discours joue un rôle important - que la direction consolide son pouvoir à l'intérieur du parti. Le choix de la position centriste peut donc être perçu comme une stratégie verbale fondamentale qu'utilise la direction pour asseoir son hégémonie interne.

Bon et Burnier ont donné un des exemples de discours centriste qui se veut acceptable par des D différents, celui dont le principe actif est la compensation verbale : d'un point de vue sémantique, celui où des signes connotés à gauche seront employés pour désigner des pratiques connotées à droite (on pourrait également imaginer la situation inverse - signes de droite pour pratiques de gauche -, la connotation du signe choisi étant liée à la tradition idéologique du parti et à la peur d'une rupture avec celle-ci). Nous avons pu constater qu'il existe d'autres exemples de stratégies discursives centristes, notamment le double discours qui peut être perçu comme une variante du discours légitimant le décalage entre idéologie et pratiques : dans ce cas un discours qui met l'accent sur les principes sera destiné aux "purs et durs" et un autre qui met l'accent sur les réalisations effectives sera adressé aux modérés²³. Nous avons également évoqué l'usage de "signifiants flottants" par les partis "attrape-tout", qui permettent une communication politique minimale. Néanmoins, cette dernière forme de production discursive, si elle permet l'accomplissement d'une fonction "phatique" (Jakobson, 1970, ch. 11), c'est-à-dire l'instauration d'un certain dialogue entre interlocuteurs, ne suffit

²³ Dans son analyse du discours de la 2ème Internationale, I. Muller évoque le double discours de l'organisation (1980, 208-210). Néanmoins, il est regrettable qu'il explique celui-ci uniquement en fonction de l'existence de deux traditions philosophiques différentes dans l'organisation, qui instaurent des "vraisemblables de communication" différents. Il occulte ainsi la composante pragmatique du double discours, qui réside dans l'intention de E de produire un discours acceptable par des D qui n'ont pas les mêmes attentes. Si le "double discours" n'est pas une stratégie verbale mais plutôt le résultat de deux "visions du monde" différentes qui coexistent au sein de la même organisation, le concept de "désarroi discussif" nous semble plus judicieux.

pas toujours pour autant pour l'accomplissement d'une fonction "incitative", pour convaincre les destinataires de se mobiliser. Cette dernière fonction nécessite la création d'un sentiment de communion plus fort entre interlocuteurs, d'où la nécessité supplémentaire pour le discours politique de recourir à des mécanismes "psycho-symboliques" - selon l'expression de C. Roig (1980 b, 82-90) - comme l'activation de l'image du "Père" par exemple.

b) L'accomplissement de la fonction d'*intégration-mobilisation*, palier plus profond que la fonction d'équilibre, permet à E d'intégrer, à des degrés différents certes, les D (militants, adhérents, sympathisants, électeurs) en un système présentant une certaine cohérence, fondée sur la création d'un sentiment d'appartenance à une même communauté. D'où l'utilisation fréquente du pronom "nous" dans le discours idéologique pour marquer le sentiment d'identité collective dont est constitutive la démarcation avec l'Autre, voire son exclusion et la mobilisation contre celui-ci²⁴. Un tel discours réducteur a un effet pragmatique précis: il permet la démarcation entre "Nous" et l'"Autre" qui est par elle-même un acte de langage²⁵ constitutif du "Nous" communautaire. Il s'agit d'une véritable "prédiction créatrice" selon le concept de R. Merton (1965, 140-164), et qui déploie des effets de réseau à deux niveaux :

- partition effective du monde en deux
- délégation de pouvoir à E pour assurer la défense de l'"en-groupe".

Plus qu'instrument de simple communication, le discours idéologique doit donc être, dans la mesure du possible, instrument de communion entre les interlocuteurs. Soulignons toutefois que l'exclusion de l'Autre ne correspond pas à la forme la plus parfaite du discours intégrateur et "attrape-tout". On repère celle-ci plutôt dans le discours consensualiste où la société est perçue comme un tout harmonieux et unitaire, dans lequel les différents groupes sont parfaitement intégrés.

c) La fonction d'*adaptation* concerne les régulations du discours idéologique, système ouvert procédant par "essais et erreurs", pas pour contribuer de la manière la plus appropriée à l'approximation de la vérité (discours scientifique), mais à la maximisation du pouvoir de l'E. Contrairement donc à ce que l'on peut croire à prime abord, la fonction d'adaptation est associée à une composante dynamique et son accomplissement fera appel à de l'innovation discursive. L'adaptation répond à un souci de E de répondre à ce que l'on peut appeler le principe de réalité, qui peut recouvrir des aspects très différents, à savoir :

²⁴ Cf. notamment Mots, 1984.

²⁵ Sur le langage comme action, l'oeuvre des philosophes et des linguistes, notamment anglo-saxons, est considérable. Cf. entre autre Austin (1970) et Searle (1972) ; pour une discussion de ces deux approches, Recanati, 1981, 180-181.

- la nécessité d'ajuster le discours aux attentes des destinataires, notamment suite à une sanction négative de leur part (un échec électoral du parti) ;
- celle d'avoir un discours cohérent avec l'accomplissement d'une nouvelle fonction politique par E : on a vu que l'accession au pouvoir peut imposer une prise en compte plus grande des contraintes objectives, qui remettra en cause la réalisation des objectifs initiaux, chose que le discours devra justifier ;
- celle de se rapprocher de concurrents pour former une coalition, etc.

d) La fonction de *légitimation* enfin peut être perçue comme englobant les trois autres car tant l'accomplissement de la fonction d'équilibre que celui des fonctions d'intégration-mobilisation et d'adaptation doivent servir en fin de compte à légitimer le contrôle de E sur un réseau de communication.

Cette fonction apparaît tout particulièrement dans l'utilisation des ressources du discours pour préparer les D à une action de E ou pour justifier celle-ci auprès d'eux après sa réalisation. Bien entendu, les types de justification varieront en fonction de l'action elle-même et des caractéristiques de ceux auprès de qui elle doit être justifiée ; selon les cas, il s'agira du reste d'occulter ou au contraire d'amplifier l'action. Celle-ci sera amplifiée si elle est une preuve à l'appui de la bonne image de E. Au contraire, le besoin d'occulter celle-ci ou du moins de la justifier apparaît quand elle est perçue comme rompant avec ce qui est normalement attendu de E, quand elle choque des habitudes, bref quand elle apparaît comme un "bruit" dans le code de communication déjà établi entre interlocuteurs, de sorte qu'elle risque de causer des pertes de soutien à E. La fonction de légitimation se manifestera par conséquent de manière aiguë au moment où E introduit une innovation ; nous avons vu par ailleurs qu'elle sera moins nécessaire si E estime bénéficier de "propriétés de position" ou si le réseau a des propriétés structurelles qui augmentent son autonomie. Dans l'accomplissement de la fonction de légitimation apparaît nettement l'aspect "économique", peu coûteux, de l'idéologie. Si le discours de légitimation n'est pas acceptable et l'innovation est rejetée par les D, E sera obligé soit de recourir à la force (s'il en a les moyens : or ce n'est pas évident dans un système libéral, même s'il est au pouvoir et qu'il bénéficie à ce titre du "monopole de la violence physique légitime" puisque l'usage de cette violence est peu compatible avec les valeurs éthiques libérales), soit de faire marche arrière avec les conséquences sur sa crédibilité et son image que cela peut avoir.

L'accomplissement de cette fonction implique une mobilisation de ressources verbales de la part de E afin de légitimer l'innovation. Celle-ci devra être présentée comme cohérente avec des principes idéologiques initiaux qui seraient assez ambigus pour pouvoir être soumis à des réinterprétations di-

verses²⁶. Mais il peut aussi arriver que la rupture soit trop osée pour que E arrive à la légitimer en la camouflant afin de maintenir la vraisemblance d'une cohérence avec les principes. Il devra donc admettre l'innovation en développant deux autres stratégies verbales pour réduire la dissonance :

- La première stratégie implique que E puisse encore "sauver quelques meubles" de l'héritage idéologique en s'effaçant lui-même. Plutôt que d'admettre qu'il a changé de position par rapport à un objet ou une situation quelconque, il argumentera sur le fait que ce sont les caractéristiques de l'objet ou de la situation qui se sont transformées. Discours qu'Ossipow (1979, 136), assimile au discours juridique sur le "changement fondamental de circonstances" ou encore principe du "rebus sic stantibus".
- Si la première stratégie n'est pas acceptable, une stratégie plus coûteuse car affichant plus ouvertement la rupture sera mise sur pied. E prendra alors à son compte le changement discursif et fera son autocritique, tout en réclamant les circonstances atténuantes pour ses erreurs antérieures : ce sont les thèses de la maturation ("maladie infantile") ou de l'assouplissement ("sclérose"). Cette stratégie est un pis-aller car ce qui est présenté comme adaptation par E peut-être aisément perçu comme au contraire signe de trahison par les D attachés au discours antérieur ; ses probabilités d'acceptabilité augmentent néanmoins à mesure que le passé incriminé est lointain.

Nous espérons avoir montré en quoi l'idéologie est très rationnelle pour E, précisément parce qu'elle est fonctionnelle pour la maximisation de son pouvoir de contrôle. Voyons maintenant en quoi, du côté de D, l'adhésion à une idéologie peut aussi apparaître comme un acte rationnel.

4. La rationalité de l'adhésion à une idéologie pour les destinataires (D).

Les sciences sociales ont souvent omis d'analyser en quoi les D d'un message idéologique y trouvent leur compte. On s'est généralement contenté d'une interprétation strictement matérialiste et réductionniste qui postule que si un groupe social adhère à une idéologie, c'est parce qu'il perçoit que celle-ci s'accorde avec ses intérêts économiques. Si cette perception est fautive de l'avis du chercheur, l'adhésion est alors perçue comme irrationnelle ; un exemple : la "paix du travail" en Suisse, qui implique, on le sait, la renonciation au droit de grève du côté des travailleurs et au lock-out du côté du

²⁶ Pierre Ansart (1974, 136) écrit à ce sujet : "L'apparent dogmatisme de l'idéologie rend parfaitement possibles des adaptations et des compréhensions indéfiniment renouvelées (...). L'extrême distance entre l'abstraction des principes et la particularité des applications rendra possible et nécessaire la diversité des relectures". Nous avons vu comment E peut justifier ses changements de ligne en invoquant des contraintes qui pèsent sur lui.

patronat. La classe ouvrière obtient par là une certaine sécurité des salaires et des conditions de l'emploi ; mais elle renonce à un moyen de pression (la grève) non négligeable. L'adhésion des travailleurs à la paix du travail est-elle donc irrationnelle ? C'est ce qu'aurait tendance à répondre un marxiste : ils ne voient pas qu'ils se trompent, car ils baignent dans l'idéologie dominante du consensus, en réalité "répression suave" ; ils se comportent comme une "taupe piégée" (Masnata/Masnata-Rubatel, 1978, 267 et s.). A. Przeworski (1986, 95-98) montre que dans ce genre de situations les travailleurs perçoivent la dépendance *structurelle* de la société capitaliste entière (et donc la leur propre) par rapport au capital. Ils ne font qu'agir en conséquence : ils savent que l'investissement est une condition nécessaire pour l'amélioration de leurs conditions matérielles futures, que cet investissement est privé et vise le profit, et que par conséquent toute action menaçante pour sa rentabilité entraînera sa chute et se retournera, en fin de compte, contre les travailleurs eux-mêmes. Si ces derniers voient loin, argumente l'auteur, ils saisiront qu'une hausse future de leurs salaires (maximisation de leurs gains) est liée à un climat social détendu : il est donc rationnel pour eux de signer la paix sociale. A noter que cette hypothèse optimiste vaut surtout pour la reconduction ultérieure - en période de prospérité - des accords de "paix" ; car en 1937 les travailleurs étaient probablement motivés par d'autres raisons, notamment la peur du fascisme montant ainsi que du chômage (qui avait atteint en 1936 son point culminant avec une centaine de milliers de demandeurs d'emploi). N'empêche, le raisonnement reste aussi valable en cas d'objectif de minimisation des pertes : les travailleurs se rendent compte que les tensions sociales peuvent déboucher sur un régime bourgeois autoritaire, et qu'une grève des investissements conduit aussi au chômage. Reste à se poser la question : la condition des travailleurs n'aurait-elle pas été meilleure dans un régime socialiste ? N'était-il donc pas plus rationnel de poursuivre la lutte des classes ? La collaboration de classe est-elle un choix suboptimal pour la classe ouvrière qui, piégée par l'idéologie dominante, gomme de son imaginaire cette possibilité ? Or, même si l'on pense que le socialisme est un meilleur régime pour les travailleurs que le capitalisme, on peut très bien en même temps estimer avec tristesse que les *coûts* de la transition sont trop élevés (Przeworski, 1985). Les représentants ouvriers ont sans doute senti qu'il n'était de loin pas très grave de déposer des armes qui étaient à *double tranchant* : tout ce qu'on peut leur reprocher, c'est d'avoir été "riscophobes" plutôt que "riscophiles".

Nous verrons en outre, au delà de l'approche matérialiste, que si D retrouve dans le discours idéologique des satisfactions beaucoup plus larges, que nous qualifierons de *psycho-symboliques*, celui-ci augmente ses chances d'être acceptable, c'est-à-dire que D sera plus facilement disposé à fournir du "soutien diffus" à son E. Ce discours est par conséquent également un "moyen de production émotionnel" (Giner, 1982, 186) et sa réception par les D est susceptible d'être mieux éclairée avec une approche inspirée des principes de l'individualisme méthodologique, qui fournit "des micro-fondements à la théorie de l'histoire" (Przeworski, 1986, 80). Une telle hypothèse nous

permet dès lors de comprendre la rationalité d'un attachement à une idéologie contraire aux intérêts de l'individu, mais qui lui fournit des bénéfices "secondaires" d'ordre psycho-symbolique et qui ne peut dès lors être perçue uniquement sous l'angle de la fausse conscience. Un tel type de compréhension présente certaines analogies dans ses objectifs avec la psychanalyse qui tente, elle, de déceler les raisons d'être des comportements névrotiques chez l'individu, que celui-ci reproduit même s'ils sont contraires à ses intérêts (néanmoins le matériel utilisé et l'étiologie ne sont pas comparables). Elle permet par ailleurs de mettre de côté la perception des idéologies comme constructions maléfiques de la part des élites, destinées à "berner" le peuple : en effet, raisonner ainsi témoigne au mieux d'une incompréhension des raisons de l'efficacité idéologique, au pire d'un état d'esprit qui consiste à prendre les gens pour des imbéciles...

Cette hypothèse privilégie, parmi les multiples manières de concevoir le politique, celle qui le définit comme un lieu de déplacement des affects et des désirs privés²⁷. Une telle définition permet de rendre toute sa place dans l'analyse à la dimension de l'investissement affectif du politique. Celle-ci est généralement négligée car elle ne peut être prise en compte avec les méthodes quantitatives qu'utilise le courant dominant des sciences sociales tandis que, pour certains classiques comme Adam Smith (sa "théorie des sentiments moraux") et Vilfredo Pareto (sa théorie des "résidus et dérivations"), elle avait été fondamentale. Notre argument sera donc que les sentiments habituellement tenus pour faire partie de la sphère privée se retrouvent aussi dans la vie politique et qu'ils sont même très importants. Comme le note Ansart (1983, 14) : "Toute la gamme subtile des sentiments et des émotions, de la jubilation à l'angoisse, de l'amour à la haine, peut se retrouver dans notre expérience politique, et, de même, toutes les intensités du désir, de sa surexcitation à l'indifférence".

On pourra donc à titre d'exemple mieux analyser sous cet angle la raison d'un certain désinvestissement de la politique classique que l'on observe actuellement. Celui-ci ne serait pas uniquement dû à la croyance de plus en plus répandue que les idéologies politiques respectives ne reflètent plus les intérêts des groupes sociaux antagonistes²⁸. Il serait également la conséquence d'un sentiment généralisé que les discours des appareils passent à côté de l'essentiel, que le type d'engagement que ceux-ci exigent et les "présentations" psycho-symboliques qu'ils fournissent ne correspondent plus aux attentes des D. Le désintérêt pour la politique serait donc également dû au fait que le discours politique reflèterait actuellement une pensée "opératoire"

²⁷ Cf. pour cette thèse le classique de H. Lasswell, 1930, ainsi que Edelman, 1971. Pour une application empirique allant dans le même sens, cf. l'enquête bien connue d'Adorno et al., 1969.

²⁸ Nous avons montré dans un article récent avec D. Joye (Joye et Papadopoulos, 1986, 50-51) qu'en Suisse le clivage "gauche-droite" est mieux repris par les mots d'ordre des partis lors des votations que le clivage "centre-périphérie".

(Marty, 1976), ou du moins dépourvue du contenu fantasmatique approprié qui pourrait susciter des réactions émotionnelles chez les D ²⁹.

L'acceptabilité du discours idéologique n'est donc possible que tant que (et parce que) le politique est un lieu d'investissement affectif. Si les D investissent fortement un thème, les E pourront, en marquant de leur côté cet investissement dans leurs discours, faire l'économie d'une réelle analyse portant sur ce thème. Ils maintiendront ainsi une ambiguïté qui leur sera d'autant plus nécessaire pour l'acceptabilité de leurs discours que les D seront nombreux et qu'ils percevront chacun à sa manière le thème traité (enjeux les plus importants, objectifs à atteindre, moyens pour y parvenir, etc). A titre d'exemple : le besoin de "changement" fréquemment invoqué lors des campagnes électorales au sein des systèmes compétitifs serait chez les électeurs (D) plutôt de l'ordre du désir et non un choix politique conscient (Veltsos, 1982) ³⁰. Si le "changement" est fortement investi, désiré, s'il acquiert même une importance existentielle pour l'individu, celui-ci n'en a pas pour autant une représentation très claire. Le signifié du "changement" chez D consiste plutôt en une condensation de fantasmes qu'en une synthèse cohérente de concepts (Veltsos, 1982, 94). Au niveau collectif, la nébuleuse est encore plus forte : E se trouve face à une multitude de désirs de "changement", généralement peu clairs et les uns différents des autres. A un seul signifiant correspond donc une pléthore de signifiés, plus ou moins flous, et dont E doit tenir compte dans son discours (modèle d'interlocution). La seule façon pour E de produire un discours acceptable est de ne pas spécifier ce que lui-même entend par "changement" tout en investissant fortement celui-ci à son tour, de sorte à ce qu'une communion affective s'établisse entre les interlocuteurs. En effet, plus le nombre de D visés est grand et plus les représentations du "changement" sont nombreuses, plus les risques qu'E déçoive une partie de son audience s'il donne au "changement" un contenu sémantique précis augmentent. Il est donc très rationnel que E fournisse une chambre vide que chacun des D sentira qu'il pourra meubler à sa convenance : tant E que D y trouveront leur compte. Dans ce sens, le "changement" devient un mythe tel que P. Ansart (1983, 75) définit celui-ci, c'est-à-dire comme "synthèse dans laquelle l'imaginaire l'emporte sur l'élaboration doctrinale".

L'existence de telles situations de communication montre la rationalité de la dramatisation de la politique qui a lieu pendant les campagnes électorales : elle sert d'écran permettant d'éviter de procéder à de réelles analyses qui pourraient avoir un coût politique pour les E. En régime pluraliste, la dramatisation est également un effet d'interaction entre E-concurrents, chaque E tentant ainsi de se démarquer des autres. Et plus leurs idéologies res-

²⁹ Cf. également pour la même problématique, mais dans une optique plus nettement sociologique, Barel (1984) et Mendel (1983).

³⁰ La même analyse pourrait bien entendu être faite pour d'autres "signifiants flottants" : démocratie, liberté, etc.

pectives seront proches, plus leurs discours devront être différents, précisément à cause de cette nécessité de démarcation (Berger et Luckmann, 1967, Kirchheimer, 1966, 192 et 195, Lehner, 1977, 85 et Ossipow, 1980). En effet, dans un champ politique où les émetteurs n'ont pratiquement pas de différences idéologiques et partagent un "surcode" (Ansart, 1977, 178-183) commun, la dramatisation artificielle des différences entre les discours sera nécessaire pour éviter justement que les choix politiques ne deviennent aléatoires. C'est une différenciation *marginale* entre les différents produits idéologiques offerts sur le marché qui permettra aux partis de se distinguer entre eux. Chaque parti devra mettre l'accent sur ce qui le singularise des autres, un peu comme quand des firmes concurrentes vendent des produits équivalents dans des emballages différents. Il enrobera par exemple son message d'attributs rhétoriques divers, mettra l'accent sur la forme, et par conséquent sur la fonction "poétique" du langage. Il est en effet frappant de constater combien les partis sont soucieux de préserver une image de pureté de leur discours, puisque celui-ci les démarque précisément des concurrents et qu'il est constitutif de leur identité ; c'est aussi pour cela que les déviations internes sont généralement difficilement tolérées. Apparaissant néanmoins comme effet d'interaction, soit entre E et D, soit entre les E-concurrents, la dramatisation ne peut dès lors plus être perçue uniquement sous l'angle de son irrationalité.

Si le discours idéologique articule l'investissement affectif du politique de la part des D, il réussit cela en accomplissant pour eux d'abord une fonction *cathartique*. Notre argument est qu'il permet, notamment par sa composante polémique, une sublimation des pulsions de l'individu en les canalisant dans l'action politique. Une pulsion sublimée en désir (ou en haine) politique peut être socialement plus acceptable, introduire moins de "bruit", moins de désordre. Il suffit de voir que la prise en compte par le système politique ou par les grandes organisations des demandes d'innovation ayant plus directement trait au domaine libidinal est pratiquement impossible, car elle se heurte à l'opinion publique majoritaire pour qui ce domaine est largement objet de refoulement. A titre d'exemple, ce ne sont que des organisations marginales - comme le Partito Radicale en Italie, dont la principale fonction est l'innovation politique - qui peuvent formuler de telles demandes, comme la légalisation de la pornographie avec le "phénomène Cicciolina", etc. Certes, nous n'entendons pas du tout par là que les conflits portant sur des objets autres que ceux-ci sont dépourvus d'intensité ; néanmoins ils demeurent en général, dans les démocraties pluralistes, à l'intérieur de la "variété tolérée" par le système. "Dans les pays occidentaux, les grandes formations politiques modulent leurs thèmes idéologiques de manière à ne pas effaroucher les secteurs hésitants de l'opinion publique", écrit J.M. Vincent (1980, 36). C'est ce qui a amené Veltsos à penser que le processus de canalisation des fantasmes et des désirs dans le champ politique, processus de réduction de leur intensité et de rationalisation, agit comme un filtre qui empêche un changement réel. Dans le même ordre d'idées d'ailleurs Guattari (1980) estime que le désir a "basculé" du côté de l'espace privé. Le discours idéologique apparaît dès lors

comme une "main invisible", maléfique et machiavélique, qui favorise le statu quo social. Tandis que pour le rationalisme critique l'idéologie était le "mal" car porteuse de désordre, elle reste ici le "mal", mais paradoxalement pour la raison inverse, parce qu'elle a un rôle de "pompier", qu'elle étouffe les germes du désordre, bref à cause de sa fonction régulatrice.

Pour Veltsos, le passage du désir de changement social dans le champ politique a comme effet sa neutralisation, le produit idéologique présenté n'étant qu'une copie ("Abbild") du désir réel, vidée de son contenu radical, un leurre. Or nous pensons que raisonner ainsi, c'est minimiser l'importance du changement politique qui n'est pas que tromperie : celui-ci, même quand il n'est pas révolutionnaire, a de nombreuses incidences existentielles auprès des individus. A titre d'exemple, l'application du "spoils system" lors d'un changement de gouvernement, qui signifie la perte de leur emploi pour de nombreux employés d'Etat perçus comme fidèles à l'"Ancien Régime" et la "rentrée politique" d'un nouveau personnel peut générer des sentiments très violents. Chez les uns, sentiment d'injustice, d'exclusion, d'existence de pogroms, de haine pour les "parvenus" ; chez les autres, arrogance du pouvoir, délire mégalomane, soif de vengeance etc. Il est vrai néanmoins que l'individu supportera mieux les changements circonscrits dans la sphère politique dans la mesure où ceux-ci n'affecteront qu'une partie de sa vie (certes, le degré d'influence de la politique sur le quotidien varie selon les régimes). L'individu opposera des résistances beaucoup plus fortes à un bouleversement total de son existence, percevant celui-ci comme un danger de destruction beaucoup plus violente, et il est significatif à cet égard que la "volonté politique" ne suffit généralement pas pour imposer des comportements qui se heurtent à la force d'inertie des mentalités. Or Veltsos ne tient pas compte dans son analyse de ce facteur de réalité. Le problème ne réside d'ailleurs pas tellement dans l'excès de régulation idéologique (l'aspect oppressif par exemple de l'idéologie du consensus) mais dans son insuffisance, dans le fait que certaines idéologies n'accomplissent pas ce rôle de "pompier" et encouragent non seulement l'expression symbolique des pulsions mortifères mais aussi le passage à l'acte. Nous nous opposons donc à tout culte du "pulsionnel" qui est implicite dans de telles analyses : faut-il encore rappeler que l'expression non sublimée des pulsions, qui inclut aussi celle des pulsions de mort, rendrait la vie en société impossible et qu'une dose de refoulement - qui est le principe même de tout contrat social -, est dès lors inévitable. En somme les idéologies génèrent des tensions et elles peuvent accomplir en même temps une fonction de régulation. Mais il est un peu rapide d'assimiler la sublimation idéologique des pulsions à une mise à mort de celles-ci : nous persistons à croire que, pour le meilleur et pour le pire, le discours idéologique leur fournit un exutoire, généralement par la "petite porte", celle de l'action politique.

L'aspect cathartique du discours idéologique existe dans la mesure où, en présentant un clivage généralement binaire du monde, ce discours contribue à la dérivation de l'ambivalence. Proposant un monde où "soi" et ses reflets

spéculaires ne sont que bons et où l'Autre, l'adversaire, ne peut être que mauvais (jusqu'au point même où les vertus de l'"en-groupe" deviennent des vices dans l'"hors-groupe" : modération devient mollesse et fermeté devient rigidité...), il permet la fixation des pulsions destructrices des individus sur des mauvais objets. Il donne bonne conscience à ses D, dans la mesure où il permet l'expression d'une agressivité inconsciente sans que cette dernière s'accompagne de sentiments de culpabilité évidents. Le discours cathartique, en canalisant l'ambivalence de l'individu, est aussi réducteur de son angoisse (Ansart, 1975-76). Il agit donc comme régulateur non seulement au niveau collectif, mais aussi au niveau individuel. C'est la structuration "archaïque" de ce discours qui lui permet d'accomplir sa fonction : vision persécutoire, causalité réductionniste et personnalisée, désignation de boucs émissaires et partition binaire du monde en objets d'amour et de haine³¹. En ce qui concerne les objets d'amour, il suffit de penser à la légitimation que le discours peut fournir à l'organisation à laquelle D est appelé à s'identifier ou bien, sur un mode moins objectivé et donc encore plus révélateur, au leader charismatique dont le discours assure le "culte" ; le discours sur le leader activera alors chez les D leurs significations imaginaires du "Père". Le leader, comme le père archétypal, apparaîtra comme un être tout-puissant qui acquiert justement son autorité de par le fait que les D le croient doté de pouvoirs dépassant ceux du simple individu³². Il pourra donc, selon les D, mener à bien l'entreprise qu'ils appellent de leur vœux. En effet, M. Weber précise que ce n'est pas l'objectivité du charisme qui est fondamentale pour caractériser le type de domination charismatique, mais la "reconnaissance des adeptes" ; il s'agit donc en premier lieu d'un phénomène de perception et de communication politique. Comme le leader pose les mêmes buts que les "adeptes", comme il possède les qualités qu'ils valorisent, ils désirent s'identifier à lui. Mais en même temps ils ne le peuvent pas car ils ne pensent pas posséder ses attributs qui restent, selon eux, hors du commun ; ils lui confieront alors le pouvoir. C'est donc l'image du leader auprès de ses adeptes qui est à l'origine de leur consentement à sa domination. En deux mots, la séduction du leader est expliquée par le désir des adeptes de s'identifier à lui, tandis que la légitimité

³¹ Pour une analyse pertinente des principes du discours idéologique, cf. Roig, 1980a. Pour une analyse de mécanismes reposant sur des principes analogues, mais au niveau de la pensée sociale, cf. Windisch, 1978b. Sur les effets du discours idéologique au niveau de l'individu, cf. Ansart, 1980.

³² Cf. l'oeuvre de Weber, notamment 1971, 249-261 où le parallélisme avec le père n'a toutefois pas été développé. Sur celui-ci, cf. les travaux de Freud sur le mécanisme d'identification (entre autres) au chef et notamment 1982, 117-217. Pour une approche mettant l'accent sur l'aspect psycho-symbolique du phénomène, mais où le leader charismatique a été décrit métaphoriquement comme un magicien ("Cagliostro") plutôt que comme un père, cf. Chasseguet-Smirgel, 1979. A notre avis les deux métaphores ne s'opposent pas puisque l'idéalisation du père telle qu'elle est vécue par l'individu porte notamment sur sa toute-puissance. Pour Shils (1965), il n'existe pas de différence de nature entre l'adhésion à une institution et le soutien à un leader charismatique : l'"institutionnalisation" du charisme ne recouvrirait pas nécessairement une objectivation de celui-ci mais correspondrait uniquement à sa diffusion dans une institution. On n'assisterait donc pas à un réel processus de rationalisation puisque le mécanisme fondamental de légitimation de l'autorité, la déférence, resterait le même.

de sa domination trouve son origine dans la perception de l'impossibilité de cette identification. Weber nous donne là un exemple saisissant de "neutralité 'axiologique'" : le leader (E) peut bien apparaître comme un charlatan aux yeux du sociologue, il sera néanmoins défini comme charismatique si ce type d'interaction communicationnelle avec ses adeptes (D) a lieu.

Quant aux objets de haine, le mécanisme cathartique par excellence est celui de la création verbale de boucs émissaires, ce que Roig (1980b, 82-90) appelle le "victimage", et qui a pour fonction essentielle de "purger" le groupe de son agressivité interne accumulée en faisant par là même cesser la menace de son autodestruction. De cette manière un groupe social divisé peut se fondre en un Tout cohérent : l'agressivité interne que le groupe en crise avait accumulée est expurgée, défoulée et canalisée sur un objet extérieur ; ainsi disparaît la menace (à caractère entropique) d'autodestruction du groupe. Suffit que la violence soit canalisée contre le bouc émissaire sacrifié pour qu'elle devienne paradoxalement le meilleur moyen d'enrayer la destruction qu'elle-même engendre à son état brut. Si la violence anarchique est facteur de désordre, la violence sacrificielle est un vecteur d'ordre social (Dupuy, 1982, 125-184) : exercée contre un bouc émissaire, elle devient fonctionnelle car elle permet de réunir et d'intégrer les membres de la collectivité en occultant leurs conflits. L'histoire a à maintes fois montré cela lors des moments d'excitation nationaliste et on ne dirait plus grand chose de nouveau si on s'étendait sur l'utilité sociale du mécanisme³³. Dans une perspective de communication toutefois, il peut être perçu comme une "prédiction créatrice" qui engendre l'arrêt d'une "interaction symétrique" (Watzlawick et al., 1979, 65-68) caractérisée par la surenchère dans la violence. Par ailleurs, un discours qui fonctionne sur la valorisation de soi et la dévalorisation de l'Autre ne permet pas seulement la canalisation de l'agressivité de D contre un ennemi extérieur ; nous savons qu'il renforce par là-même le consensus autour de son E dès que D l'accepte. Nous devons donc de nouveau souligner la rationalité du discours idéologique dès qu'on le situe à l'intérieur d'un processus de communication dont l'enjeu est la production de pouvoir : accomplissant une fonction cathartique pour D, il permet à E d'accomplir en même temps la fonction d'intégration-mobilisation. Et si intégration et catharsis contrôlées sont les éléments d'une régulation nécessaire à la vie en société, l'intégration culturelle est évidemment plus économique que la répression par la force et la catharsis symbolique moins destructrice que la violence physique.

Le discours idéologique accomplit pour D également une fonction de sécurisation. Il génère, s'il est accepté, un renforcement de la cohésion du "moi" de D, une structuration non seulement de sa vision du monde mais

³³ Cf. notamment l'oeuvre de René Girard, entre autres 1982. L'approche de l'auteur nous paraît utile pour comprendre les ressources symboliques dont dispose un E pour créer de la cohésion en sa faveur ; par contre nous ne la considérons pas plus qu'avec un statut de mythe (comme ceux du contrat social ou du meurtre du père), sans adéquation à la réalité, quand elle prétend rendre compte du processus de fondation de toute société.

aussi de ses rapports avec celui-ci ; il est donc créateur d'ordre pour D ³⁴. Plus concrètement, nous distinguerons deux mécanismes de sécurisation. Le premier est la création par le discours d'un sentiment d'appartenance à une communauté dont nous avons déjà parlé en termes de nécessité pour E (exigence d'accomplissement de la fonction d'intégration). Ici aussi la communication s'établit sur la base de l'échange puisque l'intégration recherchée par E est obtenue si celui-ci offre de la sécurisation à D. Un parti politique par exemple ne se réduit pas à son aspect organisationnel ou à ses composantes quantifiables, chose dont la science politique ne tient malheureusement pas assez compte. Il est un véritable univers qui remplit pour ceux parmi ses adhérents qui l'investissent fortement des fonctions importantes qu'il est à peine exagéré de comparer à celles d'une véritable famille : il suffit de penser à la libération ou au désarroi que peut éprouver quelqu'un qui quitte un parti avec lequel il est en désaccord, à la culpabilité que ressent un fidèle qui a été exclu, etc. Ce n'est donc pas sans raison que les politologues utilisent, mais sans doute sans se rendre souvent compte des implications de la métaphore, l'expression de "familles" politiques pour désigner les partis idéologiquement proches. Activant chez D le sentiment d'appartenance à un monde avec ses idéaux et ses rejets communs, ses valeurs, ses amours et haines, ses rituels, ses attentes, ses espoirs, ses angoisses et déceptions, le discours partisan est produit pour créer une identité de groupe. La valorisation de l'Idéal, de significations comme celles de "combat", de "solidarité entre les membres" est destinée à créer précisément cette "illusion groupale" (Anzieu, 1978) qui est aussi réductrice de l'ambivalence, puisqu'elle consiste à croire que tout est idyllique dans un groupe-cocon, par opposition au monde extérieur perçu de manière univoque comme maléfique. La secte est la caricature de ce déni de communication qui témoigne des difficultés d'intégrer ce que G. Mead (1963) a appelé l'"Autrui généralisé". Mais il n'est pas nécessaire d'appartenir à une secte, il suffit d'être simple militant d'un parti pour demander avec méfiance si un "nouveau", qui se présente comme sympathisant, "est vraiment des nôtres".... En même temps la vie interne du parti est caractérisée par l'existence d'un réseau de liens affectifs (d'entraide, de protection, de coopération mais aussi d'antagonisme interne et de compétition pour l'acquisition de positions de pouvoir), et de sentiments mutuels (de sympathie, d'admiration, mais aussi d'antipathie, de jalousie, d'envie) qui dépassent largement la sphère des relations purement "publiques", et dont le discours de cohésion n'arrive d'ailleurs pas toujours à liquider l'ambivalence.

Le deuxième mécanisme de sécurisation est la production par le discours idéologique d'un sens qui "meublera" l'existence des D. Le discours fixe des

³⁴ Shils (1965, 203) se réfère aussi au besoin d'ordre chez l'individu : "Les gens ont besoin d'un ordre pour se situer eux-mêmes et qui procure de la cohérence, de la continuité et de la justice". L'auteur avoue ignorer les raisons de ce besoin (qui se trouvent dans la nécessité de combattre l'angoisse), mais estime que la propension à l'adhésion au charisme est fonction de celui-ci. On pourra dire la même chose de l'adhésion aux idéologies, ainsi qu'aux organisations, aux religions etc. et considérer celles-ci comme des modes différents de régulation du psychisme ; cf. la pensée d'un sociologue des organisations "hérétique", comme Yves Stourdzé (1973).

idéaux et des objectifs à atteindre (c'est la fonction parsonienne de poursuite de buts), permettant ainsi l'action ; en présentant une vision du monde structurée (généralement simpliste et rigide), il génère des certitudes. Et notamment, il fournit des représentations toutes faites dans des situations d'inévitable incertitude (Downs, 1957, 98-100), procédant ainsi à une réduction de la variété de l'information et facilitant les choix. Dans ce sens, l'idéologie est une "orientation nécessaire et fonctionnelle pour la prise de décisions" (Luhmann, 1984, 61). Ce n'est pas rien car tout cela réduit aussi l'angoisse de l'individu. Le discours idéologique renforce donc la stabilité psychologique de ses D, ce qui facilite la compréhension de la durabilité des attitudes dogmatiques (marquées par un déni de la réalité), le coût psychologique de leur abandon étant élevé.

Au niveau macrosocial, l'adhésion aux idéologies permet la constitution d'un "homo politicus" qui participe aux activités politiques et elle est dans ce sens un facteur de réduction de l'anomie. Elle contribue à l'intégration dans la politique de groupes sociaux qui, sans cette rentrée politique, pourraient adopter des attitudes explosives ou suicidaires. C'est par exemple ainsi - en termes de défoulement et régulation en même temps - que peut être interprétée la "fonction tribunitienne" de G. Lavau (1969, 36-44), qui peut être accomplie par différentes structures (institutions, partis) fonctionnellement équivalentes : il s'agit en l'occurrence de donner les moyens aux dominés d'exprimer leurs doléances ; du même coup, ils sont intégrés dans le système politique. Inversement, il est évident que la baisse de l'efficacité des idéologies (tant des apologues du statu quo que de celles proposant des changements sociaux) est un facteur dont il faut tenir compte pour comprendre actuellement la naissance de nouvelles formes de marginalité sociale (mouvements de jeunes, etc).

Notre approche nous permet également de comprendre le militantisme "gratuit" dont on ne voit pas les avantages matériels que l'acteur peut en tirer³⁵. Olson (1978, 83-89) estime à juste titre que les "biens collectifs" que vise à obtenir un groupe ne sont pas une incitation suffisante à la mobilisation de ses membres dans la mesure où, que chaque individu se mobilise ou pas, ceux-ci les obtiendront de toute façon puisqu'ils sont destinés au groupe dans son ensemble. Si les individus sont rationnels, il leur sera donc plus économique de ne pas se mobiliser. Il faudra par conséquent des incitations sélectives individuelles supplémentaires, des "biens privés" (bénéfices d'ordre économique, de pouvoir, de prestige social, motivations psychologiques, etc), qui ne sont pas divisibles entre la totalité des membres du groupe. Les individus qui se mobilisent pour l'obtention de biens collectifs seront ceux qui sont d'abord intéressés par l'obtention, chacun pour soi tout seul, de ces biens privés. Or on ne voit pas à prime abord quels sont les biens privés qu'obtient un

³⁵ Notons que la composante psycho-symbolique est en général occultée par les théories de la mobilisation qui insistent plutôt sur les causes économiques ou politiques de celle-ci. Pour deux exceptions, cf. Gurr, 1971 et Reich, 1972.

simple militant qui se sacrifie pour une cause ; à première vue, il s'agirait là d'un comportement irrationnel. Néanmoins, on peut très bien concevoir à la lumière de ce qu'on a vu que le fait de militer fournit à cet individu des gratifications affectives que l'on peut classer parmi les "biens privés", notamment une valorisation narcissique très importante quand il est admiré par ses proches pour son action, quand il se sent servir une cause noble, quand il croit se sacrifier pour la victoire de l'Idéal. Encore plus incompréhensible, voire franchement masochiste, apparaît à première vue le comportement du "loyaliste" désintéressé à l'obtention de "biens privés", en désaccord avec son organisation, dont la "prise de parole" s'est avérée inefficace, qui est même soumis à des vexations, voire forcé à faire son autocritique, et qui ne se résoud pas pour autant à claquer la porte. Mais si cette attitude manifestement "contre-productive" était un moyen inconscient de vivre avec un très fort sentiment de culpabilité en expiant continuellement ? En analysant les choses ainsi, on se rend compte que le militantisme ou le loyalisme à outrance apparaissent très rationnels puisque l'énergie qui y est investie est loin de l'être gratuitement. Mais ce ne sont là que deux exemples parmi d'autres de "bonnes raisons" d'adhésion à une cause.

5. En guise de conclusion

Le lecteur pourrait être tenté de conclure, à la lumière de nos développements, à une vision idyllique des idéologies politiques de notre part. Devrait-on les considérer comme une forme de "thérapie sociale" (Ansart, 1975-76), puisqu'elles contribuent à la diminution de l'angoisse de l'individu en fournissant des exutoires à ses pulsions ainsi que du sens à son action ? Or, si les idéologies contribuent efficacement à la formation d'un système de défenses chez l'individu, il n'en demeure pas moins que ces défenses sont rigides et consistent - à des degrés divers certes - en une vision persécutoire, manichéenne et peu nuancée du monde. Plutôt donc que comme thérapies, on aura avant-tage à les concevoir comme des cuirasses psychologiques, et c'est en cela que l'adhésion des individus à celles-ci n'est pas irrationnelle ; on peut percevoir là une analogie avec l'ancrage d'un individu à sa névrose, qui lui fournit des bénéfices secondaires.

De plus, demeure le problème important de la production de pouvoir, facilitée chez E par la manipulation de l'idéologie. Celle-ci contribue donc à la reproduction de la stratification du réseau de communication entre, d'une part, gouvernants qui sont les producteurs d'idéologies (avec la réserve du modèle d'interlocution, mais qui fonctionne, comme on l'a vu, avec des biais dûs à l'autonomisation de E) et, d'autre part, gouvernés qui en général doivent se contenter de "consommer" celles-ci, avec des degrés divers d'adhésion toutefois. Ainsi, si les individus adhèrent rationnellement à des systèmes d'autorité (organisationnels et idéologiques) qui sont sécurisants parce qu'ils rappellent le foyer en tant que cocons de certitude, ceux-ci n'en demeurent

pas moins contraignants. Le discours idéologique favorise l'emprise de E sur D, et son acceptabilité est signe d'hétéronomie et non d'autonomie des individus. Mais là aussi les différences selon les cas sont de taille. En effet, une doctrine totalitaire tendra vers une colonisation du vécu des D, en essayant de leur faire adopter, plus qu'une simple vision du monde, tout un code de conduite conforme aux normes édictées par son E. Mais dès que E fait partie d'un système pluraliste et, plus encore, s'il doit assumer une fonction "attrape-tout", il doit mettre de l'eau dans son vin en ce qui concerne son discours (en recherchant le minimum dénominateur commun entre les attentes de ses nombreux D). En outre, il ne peut plus prétendre contrôler autant les D de son discours, parce qu'ils sont trop nombreux, parce que le discours n'est pas assez cohérent, parce que le degré d'adhésion des D n'est pas très fort, etc.

Cela étant, on pourra toujours nous reprocher également de traiter les idéologies de manière utilitariste et que l'on ne peut faire l'économie d'une évaluation en termes de "Wertrationalität" d'un phénomène aussi important. Or, si l'on devait porter un jugement de valeur sur les idéologies politiques, celui-ci ne pourrait être que nuancé et, il va sans dire, différent selon le poids de la contrainte idéologique. Les idéologies posent de faux problèmes mais elles proposent aussi des solutions - bien entendu souvent imparfaites, voire simplistes - à des problèmes réels. Elles accomplissent une fonction de régulation qui permet la gestion des conflits surgissant dans l'économie affective tant de l'individu que de la société. La régulation ne peut être exempte de contrainte, mais elle est indispensable à la vie en société et la régulation idéologique demeure relativement peu contraignante par rapport à l'usage de la force physique. Par ailleurs, en codifiant les significations imaginaires en quelques grands systèmes de pensée, les idéologies réduisent certes la variété de la création symbolique, mais assurent aussi une communication sociale minimale : paradoxalement, même dans une situation de guerre civile, il doit au moins exister un accord entre les protagonistes sur les enjeux de celle-ci ! Quand on traite donc des discours idéologiques en termes de vecteurs de tensions, on est amené à occulter le fait qu'ils sont aussi des signes d'une unité sociale moins apparente, mais certainement tout aussi significative et qu'ils contribuent à reproduire. A supposer par exemple dans une société une situation très polarisée entre deux leaders charismatiques, chacun étant porteur d'idéaux profondément opposés à ceux de l'autre, on aura tendance à privilégier le conflit dont ils sont les vecteurs. Or, si tous les deux sont capables de mobiliser une part importante de la population chacun de son côté, on devrait s'interroger aussi sur la signification imaginaire du "Père", partagée, elle, par la société toute entière, et reproduite par les deux discours idéologiques qui s'opposent sur tout le reste.

Enfin, les idéologies constituent une des ressources culturelles (Geertz, 1964) possibles dont disposent les individus pour répondre à leur besoin de verbaliser et, plus encore, de mettre en scène sur le mode imaginaire, en les théâtralisant et en les ordonnant, les rapports qu'ils entretiennent entre eux et avec le monde en général. Dans ce sens, on ne peut effectivement pas dé-

fendre la thèse de "la fin des idéologies", et ceci même lors d'une période de réduction de l'intensité des conflits idéologiques. Il convient alors d'éviter la confusion conceptuelle entre "fin" et "homogénéisation" des idéologies. Dans ce cas on pourra éventuellement parler d'un rapprochement, voire d'une "standardisation" idéologique (Ossipow, 1980), de mutations dans le contenu ou la forme des discours ; mais ce n'est pas la même chose qu'une véritable fin des idéologies. Si la "fin des idéologies" n'est pas possible, ce n'est pas seulement parce que les différences idéologiques réapparaissent en temps de crise, reflétant les tensions qui existent entre des intérêts réels en compétition exprimés par des E. C'est aussi parce que du point de vue du D, certaines propriétés structurelles du discours idéologique correspondent à la partie "archaïque" de sa personnalité (affects primaires, vision magique, etc.), qui ne peut ni être niée par le chercheur, ni liquidée dans la société. A la lumière de nos analyses, tant la production de discours idéologiques par les E que l'adhésion à ceux-ci de la part des D, n'apparaissent pas comme des survivances irrationnelles dans une ère sécularisée, mais bel et bien comme le résultat d'analyses coût/bénéfice des deux côtés, plus ou moins explicites certes, mais en tout cas très rationnelles à l'intérieur d'un réseau de communication. Pour pouvoir envisager une réelle "fin des idéologies", il faudrait imaginer d'autres moyens de communication et de régulation sociale pour remplacer celles-ci. Et il ne suffit pas que ces moyens soient plus séduisants pour certains (comme la science), ils doivent aussi être plus économiques et plus acceptables socialement.

BIBLIOGRAPHIE

- ADORNO Theodor & al. (1969), *The Authoritarian Personality*, Norton, New York.
- ALTHUSSER Louis (1966), *Pour Marx*, Maspéro, Paris.
- ANSART Pierre (1974), *Les idéologies politiques*, PUF, Paris.
- ANSART Pierre (1975-76), "Discours politique et réduction de l'angoisse", *Bulletin de psychologie*, 29/322, 445-449.
- ANSART Pierre (1977), *Idéologies, conflits et pouvoir*, PUF, Paris.
- ANSART Pierre (1980), "Les sujets dans l'idéologie", in *Centre d'étude de la pensée politique, Analyse de l'idéologie*, 1, Galilée, Paris, 65-83.
- ANSART Pierre (1983), *La gestion des passions politiques*, L'Age d'Homme, Lausanne.
- ANZIEU Didier (1978), *Le groupe et l'inconscient*, Dunod, Paris.
- AUSTIN John L. (1970), *Quand dire, c'est faire*, Seuil, Paris.
- BAREL Yves (1984), *La société du vide*, Seuil, Paris.
- BELL Daniel (1965), *The End of Ideology*, Free Press, New York.
- BERGER Peter L. & LUCKMANN Thomas (1967), "Aspects sociologiques du pluralisme", *Archives de sociologie des religions*, 23, 117-127.
- BERNSTEIN Basil (1975), *Langage et classes sociales*, Ed. de Minuit, 1975.
- BON Frédéric & BURNIER Michel-Antoine (1974), postface à BERNSTEIN Edouard, *Les présupposés du socialisme*, Seuil, Paris, 255-300.
- BOUDON Raymond (1986), *L'idéologie*, Fayard, Paris.

- BOURDIEU Pierre (1966), "Champ intellectuel et projet créateur", *Les Temps Modernes*, 246, 865-906.
- BOURDIEU Pierre (1982), *Ce que parler veut dire*, Fayard, Paris.
- BOURDIEU Pierre (1984), *Homo Academicus*, Ed. de Minuit, Paris.
- BOURDIEU Pierre (1987), *Choses dites*, Ed. de Minuit, Paris.
- CASSIRER Ernst (1946), *The Myth of the State*, Yale University Press, New Haven.
- CASTORIADIS Cornélius (1975), *L'institution imaginaire de la société*, Seuil, Paris.
- CASTORIADIS Cornélius (1978), "Le régime social de la Russie", *Esprit*, 7-8.
- CHAMBERLIN Edward H. (1953), *La théorie de la concurrence monopolistique*, PUF, Paris.
- CHARLOT Jean (1970), "Du parti dominant", *Projet*, 48, 942-951.
- CHASSEGUET-SMIRGEL Janine (1979), "Quelques réflexions d'un psychanalyste sur l'idéologie", *Pouvoirs*, 11, 33-40.
- HAZEL François (1980), "Idéologie et crise de légitimation", in *Centre d'étude de la pensée politique, Analyse de l'idéologie*, 1, 163-177.
- CHOMSKY Noam (1971), *Aspects de la théorie syntaxique*, Seuil, Paris.
- CICOUREL Aaron (1973), *Cognitive Sociology*, Penguin Books, Londres.
- CLEMENT Catherine (1979), "Les effets politiques du divan", *Pouvoirs*, 11, 81-88.
- DOWNS Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*, Harper and Row, New York.
- DUPUY Jean-Pierre (1982), *Ordres et désordres*, Seuil, Paris.
- EASTON David (1965), *A Systems Analysis of Political Life*, Wiley, New York.
- EDELMANN Murray (1971), *Politics as Symbolic Action*, Markham Publishing Co., Chicago.
- FEUER Lewis (1975), *Ideology and the Ideologists*, Harper Torchbooks, New York.
- FREUD Sigmund (1982), *Essais de psychanalyse*, Payot, Paris.
- GABEL Joseph (1962), *La fausse conscience*, Ed. de Minuit, Paris.
- GEERTZ Clifford (1964), "Ideology as a Cultural System", in APTER David, Ed., *Ideology and Discontent*, Free Press, New York, 47-76.
- GINER Salvador (1982), "Political Economy, Legitimation and the State in Southern Europe", *British Journal of Sociology*, 33/2, 172-199.
- GIRARD René (1982), *Le bouc émissaire*, Grasset, Paris.
- GRIZE Jean-Blaise (1976), *Matériaux pour une logique naturelle*, Travaux du Centre de Recherches Sémiologiques, Université de Neuchâtel.
- GUATTARI Félix (1980), *La révolution moléculaire*, Union Générale d'Éditions, Paris.
- GURR Ted (1971), *Why Men Rebel*, Princeton University Press, Princeton.
- HABERMAS Jürgen (1987), *Théorie de l'agir communicationnel, 1 : Rationalité de l'agir et rationalisation de la société*, Fayard, Paris.
- HIRSCHMAN Albert (1972), *Face au déclin des entreprises et des institutions*, Les Editions ouvrières, Paris.
- HIRSCHMAN Albert (1986), *Pour une économie politique élargie*, Ed. de Minuit, Paris.
- HOTELLING Harold (1929), "Stability in Competition", *The Economic Journal*, 39, 41-57.
- International Political Science Review* (1983), 4/4, no consacré à "Political Clientelism and Comparative Perspectives".
- ISER Wolfgang (1981), "Les problèmes de la théorie contemporaine de la littérature : l'imaginaire et les concepts-clés de l'époque", *Critique*, 38/413, 1091-1115.

- JAKOBSON Roman (1970), *Essais de linguistique*, Ed. de Minuit, 1970.
- JOYE Dominique & PAPADOPOULOS Ioannis (1986), "La mobilisation partisane est-elle en crise ?", *Annuaire suisse de science politique*, 47-62.
- LASSWELL Harold (1930), *Psychopathology and Politics*, Chicago University Press, Chicago.
- KIRCHHEIMER Otto (1966), "The Transformation of Western European Party Systems", in LA PALOMBARA Joseph & WEINER Myron, *Political Parties and Political Development*, Princeton University Press, Princeton, 177-200.
- LAVAU Georges (1969), "Partis et systèmes politiques : interactions et fonctions", *Revue canadienne de science politique*, 211, 18-44.
- LEHNER Franz (1977), "On Party Competition and Government Overload", *Philosophica*, 20/2, 85-106.
- LEVI-STRAUSS Claude (1973), *Anthropologie structurale II*, Plon, Paris.
- LIPSET Seymour M. (1975), *L'homme et la politique*, Seuil, Paris.
- LUHMANN Niklas (1974), *Soziologische Aufklärung*, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1.
- LUHMANN Niklas (1984), *Soziale Systeme*, Suhrkamp, Francfort.
- LUKACS Georg (1962), *Histoire et conscience de classe*, Ed. de Minuit, Paris.
- MAINGUENEAU Dominique (1983), *Sémantique de la polémique*, L'Age d'Homme, Lausanne.
- MANNHEIM Karl (1955), *Ideology and Utopia*, Harcourt-Brace and Co, New York.
- MARCELLESI Jean-Baptiste (1971), "Eléments pour une analyse contrastive du discours politique", *Langages*, 23, 25-56.
- MARTY Pierre (1976), *Les mouvements individuels de vie et de mort*, Payot, Paris.
- MARX Karl & ENGELS, Friedrich (1972), *L'idéologie allemande*, Ed. Sociales, Paris.
- MASNATA François & MASNATA-RUBATEL Claire (1978), *Le pouvoir suisse*, Christian Bourgois, Paris.
- MEAD George H. (1963), *L'esprit, le soi et la société*, PUF, Paris.
- MEDARD Jean-François (1976), "Le rapport de clientèle. Du phénomène social à l'analyse politique", *Revue française de science politique*, 31/1, 103-131.
- MENDEL Gérard (1983), *54 millions d'individus sans appartenance*, Laffont, Paris.
- MERTON Robert (1965), *Eléments de théorie et de méthode sociologique*, Plon, Paris.
- MEYNAUD Jean (1961), *Destin des idéologies*, éd. de l'auteur, Lausanne.
- MORIN Edgar (1970), *La rumeur d'Orléans*, Seuil, Paris.
- MORRIS Charles W. (1938), "Foundations of the Theory of Signs", in NEURATH Oswald, CARNAP Rudolf & MORRIS Charles W., Eds., *International Encyclopedia of Unified Science*, 1/2, 77-137.
- Mots (1984), 8, no spécial consacré à "L'autre, l'étranger, présence et exclusion dans le discours".
- MULLER Ivan (1980), *De la guerre*, Droz, Genève-Paris.
- OLSON Mancur (1978), *Logique de l'action collective*, PUF, Paris.
- OSSIPOW William (1973), "Idéologie et reconnaissance", *Annuaire suisse de science politique*, 179-189.
- OSSIPOW William (1979), *La transformation du discours politique dans l'Eglise*, L'Age d'Homme, Lausanne.
- OSSIPOW William (1980), "Oligopolisation de l'idéologie et localisation optimale", in *Centre d'étude de la pensée politique, Analyse de l'idéologie*, 1, 131-147.

- PAPADOPOULOS Ioannis (1985), "Des imaginaires sociaux aux idéologies politiques", *Revue européenne des sciences sociales*, 23/71, 91-108.
- PAPADOPOULOS Ioannis (1986), "Les stratégies de transformation du discours politique", *Revista de Ciencia Política*, 4, 105-125.
- PAPADOPOULOS Ioannis (1987), *Dynamique du discours politique et conquête du pouvoir*, thèse de doctorat non publiée, Université de Genève.
- PARSONS Talcott (1951), *The Social System*, Free Press, New York.
- PARSONS Talcott (1961), *Theories of Society*, Free Press, New York, 1.
- PERELMAN Chaim & OLBRECHTS-TYTECA Lucie (1970), *Traité de l'argumentation*, Ed. de l'Institut de Sociologie, Bruxelles.
- POPPER Karl (1956), *Misère de l'historicisme*, Plon, Paris.
- PRZEWORSKI Adam (1985), *Capitalism and Social Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- PRZEWORSKI Adam (1986), "Le défi de l'individualisme méthodologique à l'analyse marxiste", in BIRNBAUM Pierre & LECA Jean, Eds., *Sur l'individualisme*, PUF, Paris.
- REBOUL Olivier (1980), *Langage et idéologie*, PUF, Paris.
- RECANATI François (1981), *Les énoncés performatifs*, Ed. de Minuit, Paris.
- ROIG Charles (1973), *A propos de l'analyse systémique du pouvoir*, multigraphié, Genève.
- ROIG Charles (1977), *Symboles et société*, H. Lang, Berne.
- ROIG Charles (1980a), "Réflexions sur les propriétés structurelles du discours idéologique", in Centre d'étude de la pensée politique, *Analyse de l'idéologie*, 1, 41-64.
- ROIG Charles (1980b), *La grammaire politique de Lénine*, L'Age d'Homme, Lausanne.
- REICH Wilhelm (1972), *Psychologie de masse du fascisme*, Payot, Paris.
- SARTORI Giovanni (1976), *Parties and Party Systems*, Cambridge University Press, Cambridge.
- SCHUMPETER Joseph (1974), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, Paris.
- SEARLE John (1972), *Les actes de langage*, Hermann, Paris.
- SHILS Edward (1965), "Charisma, Order and Status", *American Sociological Review*, 30, 199-213.
- STOURDZE Yves (1973), *Organisation, anti-organisation*, Mame, Paris.
- VELTSOS Georges (1982), "I psychographia tis "Allaghis"", *Politiki*, 2, 93-96.
- VINCENT Jean-Marie (1980), "Les cheminements de l'idéologie", in Centre d'étude de la pensée politique, *Analyse de l'idéologie*, 1., 23-40.
- WATZLAWICK Paul et al. (1979), *Une logique de la communication*, Seuil, Paris.
- WEBER Max (1965), *Essais sur la théorie de la science*, Plon, Paris.
- WEBER Max (1971), *Economie et société*, Plon, Paris, 1.
- WINDISCH Uli (1978a), "Ideology : Key to Power", in BIRNBAUM Pierre, LIVELY Jack & PARRY Geraint, Eds., *Democracy, Consensus and Social Contract*, Sage, Londres, 203-221.
- WINDISCH Uli (1978b), *Xénophobie ? Logique de la pensée populaire*, L'Age d'Homme, Lausanne.
- WITTGENSTEIN Ludwig (1961), *Tractatus logico-philosophicus (suivi des) Investigations philosophiques*, Gallimard, Paris.