

L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants aux enjeux anthropologiques et historiques de la communication politique. On analysera d'abord les invariants et l'historicité de la communication politique. Phénomène ancien puisque consubstantiel à la notion de représentation politique, la communication politique est associée aux moyens symboliques mis en œuvre par le pouvoir pour légitimer son existence et/ou son action. On s'intéressera ensuite aux formes perverses de communication politique dès lors qu'elle devient synonyme de propagande ou de manipulation. Il s'agira de comprendre ce phénomène à la lumière d'une analyse comparée des caractéristiques des sociétés totalitaires et démocratiques. On étudiera enfin les transformations de la démocratie représentative et leur influence dans l'essor et l'autonomisation des professionnels de la communication politique : émergence des *spin-doctors* et de la communication gouvernementale, développement de l'industrie des sondages, mutations de la presse audiovisuelle, question de la réception du discours politico-médiatique, effets de la communication politique sur le métier politique, etc.

Plan du cours

Introduction

- I) Actualité du sujet
- II) Définitions et courants d'analyse

Chapitre 1 : Invariants et historicité de la communication politique

- I) La « théâtrocratie » de l'autorité politique
 - 1) La dramaturgie du politique
 - 2) Le protocole et ses usages
- II) Mutation de la représentation politique et légitimation du pouvoir politique
 - 1) La démocratie antique
 - 2) L'émergence d'un espace public « critique »
 - 3) Le principe électif
 - 4) L'ordre parlementaire
 - 5) La médiatisation
 - 6) Le politique sous le signe d'une « société de communication » ?

Chapitre 2 : Les perversions de la communication politique. Propagande, désinformation, manipulation

- I) Genèses de la propagande moderne
- II) La propagande sans limite ? Les régimes « totalitaires »
 - 1) 1917 : Révolution bolchévique et propagande moderne
 - 2) La propagande des régimes totalitaires : masse, idéologie, téléologie
- III) De la propagande à la manipulation en démocratie
 - 1) Permanence de la manipulation en régime démocratique
 - 2) Les usages cyniques de la science en démocratie
 - 3) Les usages cyniques de la publicité et des sondages

Chapitre 3 : Communication politique et transformations de la démocratie représentative

- I) Les transformations de la compétition politique
 - 1) L'institutionnalisation du marketing politique et des conseillers en communication politique
 - 2) Le marketing électoral
 - 3) Le poids de la télévision
 - 4) Cens médiatique, sélection du personnel politique et renforcement des hiérarchies politiques
- II) Les transformations du métier et du jeu politiques
 - 1) Un nouveau jeu politique
 - A) Un journalisme politique autoréflexif
 - B) Parler au nom de l'opinion
 - 2) Un nouveau métier politique ?
 - A) Personnalisation, dramatisation, esthétisation
 - B) La transformation du travail politique
- III) Les transformations de l'espace public
 - 1) La construction des problèmes publics
 - A) Sang contaminé et insécurité : réseaux d'opérateurs et poids des médias.
 - B) Les mécanismes de mise sur agenda, de cadrage et d'amorçage.
 - C) « Spin doctors » et « spin control »
 - 2) Une « opinion publique » instrumentalisée et docile ?
 - A) Sondages d'opinion et « opinion publique »
 - B) Les médias déterminent-ils les choix et les comportements électoraux ?
 - B) La question de la réception. L'apport des *Cultural studies*
 - C) Les contre-cadrages de la société civile
 - D) Internet, réseaux sociaux et mobilisation. Le cas des révoltes dans le monde arabe en 2011

Bibliographie indicative

Manuels

Riutort Philippe, *Sociologie de la communication politique*, La Découverte, 2013.

Gerstlé Jacques, *La communication politique*, A. Colin, 2004.

Neveu Erik, *Sociologie du journalisme*, La Découverte, 2001.

Rieffel Rémy, *Sociologie des médias*, Ellipses, 2005.