

Travaux dirigés de Communication politique

Année universitaire 2022/2023 – Semestre 1

Licence 2 de science politique

Cours magistral : Alexandre Dézé

Travaux dirigés : Amaury Giraud

Séance 1 – Semaine du 3 au 7 octobre 2022 – Présentation générale

- Rappel des objectifs des travaux dirigés
- Présentation et méthodologie des travaux demandés
- Répartition des travaux d'exposés
- Explications quant aux exigences attendues
- Déroulement type d'une séance (revue de presse => débat => exposé => commentaires sur l'exposé...etc).

Séance 2 – Semaine du 10 au 14 octobre 2022 – Communication et production du politique

- Exposé 1 : Analyse d'un rituel en politique : les passations de pouvoir.
- Exposé 2 : Les portraits officiels des présidents de la République française.
- Plan détaillé : En quoi peut-on dire que la politique relève d'un régime de « théâtrocratie » ?

Indications bibliographiques :

- [Philippe Aldrin, Nicolas Hubé, « Le pouvoir politique face à l'impératif de légitimation », *Introduction à la communication politique*, Paris, De Boeck, 2017, pp. 27-40](#)
- Georges Balandier, *Le pouvoir sur scènes*, Paris, Balland, 1992 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Yvan Boude, « Le portrait du président. Sur les usages politiques des photographies officielles des présidents de la République (1906-1995) », *Lectures du portrait du pouvoir entre art et histoire*, avril 2001, Rome, Italie, pp. 219-238
- [Yvan Boude, « Le portrait officiel du président de la République a été au centre de nombreuses controverses jusqu'au début du XXème siècle », *Le cercle des communicants et des journalistes*, mai 2017](#)
- Peter Burke, « La reconstruction des rituels politiques au siècle de Louis XIV », in Yves Déloye, Claudine Haroche, et Olivier Ihl (dir.), *Le protocole ou la mise en forme de l'ordre politique*, Paris, L'Harmattan, 1996
- [Claudine Haroche, « Les cérémonies et les rituels de cour : des instruments d'une politique de communication », in CURAPP, *La communication politique*, Paris, PUF, 1991](#)

Séance 3 – Semaine du 17 au 21 octobre 2022 – La communication politique à l'ère de l'affiche

- Exposé 1 : Place, rôle et évolution des affiches dans les campagnes électorales. Le cas de la France sous la Vème République.
- Exposé 2 : L'iconographie politique du RN/FN.
- Plan détaillé : Ruptures et innovations dans le discours graphique. En quoi les affiches politiques ont-elles changé ?

Indications bibliographiques :

- Jean-Marc et Philippe Benoît, Jean-Marc Lech, *La politique à l'affiche. Affiches électorales et publicité politique. 1965-1986*, Paris, Editions du May, 1986
- Christian Delporte, *Image et politique en France au XXème siècle*, Paris, Nouveau monde, 2006 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Alexandre Dézé, *Le Front national : à la conquête du pouvoir ?*, Paris, Armand Colin, 2012
- [Alexandre Dézé, « Pour une iconographie de la contestation », *Culture & Conflits*, n°91-92, 2013](#)
- [Jacqueline Freyssinet-Dominjon, « Dix ans d'affiches du PS \(1980-1989\) », *Mots*, n°22, 1990](#)
- Laurent Gervereau, *La propagande par l'affiche*, Paris, Syros-Alternatives, 1989 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Valérie Igounet, *Les Français d'abord. Slogans et viralité du discours du FN*, Paris, Inculte, 2017

Séance 4 – Semaine du 24 au 28 octobre 2022 – La communication politique à l'ère de la télévision

- Exposé 1 : Face à face. Les grands débats politiques à la télévision.
- Exposé 2 : « Une ambition intime » : une émission réellement politique ?
- Plan détaillé : L'intimisation du politique est-elle devenue une condition de son existence ?

Indications bibliographiques :

- Christian Delporte (dir.), *Les grands débats politiques. Ces émissions qui ont fait l'opinion*, Paris, Flammarion, 2012
- Catherine Kerbrat-Orecchioni, *Les débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles françaises : constantes et évolutions d'un genre*, Paris, L'Harmattan, 2017 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- [Jean-Baptiste Legavre, « Le débat télévisé Mitterrand-Chirac de 1988 raconté par plusieurs de ses acteurs », *Politix*, 9, 1990](#)

TD – Communication politique

- [Pierre Leroux, Philippe Riutort, *La politique sur un plateau. Ce que le divertissement fait à la représentation*, Paris, PUF, 2013](#)
- Nathalie Nadaud-Albertini, *12 ans de télé-réalité... Au-delà des critiques morales*, Paris, INA Editions, 2013
- Gaël Villeneuve, *Les débats télévisés en 36 questions réponses*, Grenoble, PUG, 2013 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))

Séance 5 – Semaine du 7 au 11 novembre 2022 – La médiatisation de la vie politique

- Exposé 1 : Existe-t-il une économie médiatique du spectacle politique ?
- Exposé 2 : De Barack Obama à Donald Trump, l'évolution de la perception des réseaux sociaux dans l'organisation politique des démocraties.
- Plan détaillé : La « crise du politique » s'explique-t-elle par son hyper-médiatisation ?

Indications bibliographiques :

- [Julien Boyadjian, « Les usages frontistes du web », in Sylvain Crépon, Alexandre Dézé, Nonna Mayer \(dir.\), *Les Faux-semblants du Front national. Sociologie d'un parti politique*, Paris, Presses de Sciences Po, 2016](#)
- Daniel Gaxie, « Une construction médiatique du spectacle politique ? Réalité et limites de la contribution des médias au développement des perceptions négatives du politique », in Jacques Lagroye (dir.), *La politisation*, Paris, Belin, 2003
- [« Peopolisation et politique », *Le Temps des médias*, n°10, 2008 \(numéro spécial\)](#)
- [Fabienne Greffet \(dir.\), *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011](#)
- [Anaïs Théviot, « Télévision encensée versus Web dénigré. Usages concurrentiels de la télévision et des réseaux sociaux par les équipes de campagne du Parti socialiste et de l'Union pour un Mouvement Populaire en 2012 », *Télévision*, n°8, 2017](#)
- [Idriss Fassassi, « Les effets des réseaux sociaux dans les campagnes électorales américaines », *Les nouveaux cahiers du Conseil constitutionnel*, 2017/4 \(n°57\), pp. 69-86](#)
- [Sandrine Roginsky, « Les députés européens sur Facebook et Twitter : une ethnographie des usages », *Communication & Langages*, 2015/1 \(n°183\), pp. 83-109](#)
- Guy Debord, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 2015 (première édition : Paris, Editions Buchet-Chastel, 1967)

Séance 6 – Semaine du 14 au 18 novembre 2022 – Partiel de Travaux dirigés

- Devoir sur table d'1h30 en salle de TD
- Plan détaillé de dissertation
- Deux sujets au choix

Séance 7 – Semaine du 21 au 25 novembre 2022 – Faire de la communication politique

- Exposé 1 : La communication des acteurs politiques locaux est-elle une communication politique comme une autre ?
- Exposé 2 : Les fondements communicationnels du personnage politique Emmanuel Macron.
- Plan détaillé : Suffit-il de raconter une belle histoire pour gagner une élection ? Le phénomène « storytelling » en question.

Indications bibliographiques :

- [« Les mutations télévisées des campagnes électorales », *Télévision*, n°8, 2017 \(numéro spécial\)](#)
- Cécile Alduy, *Ce qu'ils disent vraiment. Les politiques pris au mot. Présidentielle 2017*, Paris, Seuil, 2017 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- [Denis Bertrand, Alexandre Dézé, Jean-Louis Missika, *Parler pour gagner. Sémiotique des discours de la campagne présidentielle de 2007*, Paris, Presses de Sciences Po, 2007](#)
- François-Xavier Bourmaud, *Emmanuel Macron. Les coulisses d'une victoire*, Paris, Editions Archipel, 2017
- Pascal Dauvin, *La communication des collectivités locales. L'ambivalence politique*, Paris, L'Harmattan, 2015 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- [Didier Georgakakis, « La double figure des conseils en communication politique », *Sociétés contemporaines*, n°24, 1995](#)
- Sofia Ventura, « Emmanuel Macron : un leader antipolitique, outsider et gaullien ? Image et narration d'un candidat présidentiel en dehors des partis », in Philippe J. Maarek, Arnaud Mercier (dir.), *2017. La présidentielle chamboule-tout. La communication politique au prisme du déagisme*, Paris, L'Harmattan, 2016
- Dominique Memmi, « Rendre puissant. De quelques postures (de communicateurs) au service de la domination », in CURAPP, *La communication politique*, Paris, PUF, 1991
- Philippe Riutort, « Quand les conseillers en communication produisent des professionnels de la politique à leur image : le “cas” Bernard Tapie », in (dir.) Antonin Cohen, Bernard Lacroix, Philippe Riutort, *Les formes de l'activité politique, Éléments d'analyse sociologique (XVIIIème-XXème siècle)*, Paris, 2006, pp. 403-419 (NB : chapitre en ligne disponible [ici](#))
- Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Maryse Souchard, Stéphane Wahnich, *La communication politique locale*, Paris, PUF, 1995 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))

Séance 8 – Semaine du 28 novembre au 2 décembre 2022 – Pour ou contre les sondages ?

- Débat : pour ou contre les sondages ? (2 groupes en exposés contradictoires).
- Plan détaillé : Qu'est-ce que l'opinion publique ?

Indications bibliographiques :

- Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas », *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, 1980
- Patrick Champagne, *Faire l'opinion*, Paris, Minuit, 1990 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- [Loïc Blondiaux](#), « Ce que les sondages font à l'opinion publique », *Politix*, n°37, 1997
- Alain Lancelot, « Sondages et démocratie », in SOFRES, *Opinion publique*, 1984, Paris, Gallimard, 1984
- Patrick Lehingue, *Subunda. Coups de sonde dans l'océan des sondages*, Bellecombe-en-Bauges, Editions du Croquant, 2007 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Emmanuel Rivière, Delphine Martelli-Banégas, « Pour un usage apaisé des sondages », in Gérard Grunberg, Nonna Mayer, Paul M. Sniderman (dir.), *La démocratie à l'épreuve. Une nouvelle approche de l'opinion des Français*, Paris, Presses de Sciences Po, 2002 (NB : chapitre en ligne disponible [ici](#))
- Nicolas Hubé, Emmanuel Rivière, *Faut-il croire les sondages ?*, Bordeaux, Prométhée, 2008

Séance 9 – Semaine du 5 au 9 décembre 2022 – La question des effets des médias

- Exposé 1 : La télévision fait-elle l'élection ?
- Exposé 2 : La question des effets des médias à l'ère de la « post-vérité ».
- Plan détaillé : Les médias ont-ils des effets ?

Indications bibliographiques :

- [« À la recherche du public. Réception, télévision, médias », *Hermès*, n°11-12, 1993 \(numéro spécial\)](#)
- Florence Chen, Philippe Lemarchand, Jeanne Libfeld-Jegou, *Mensonges, propagandes et post-vérités*, Paris, Atlande, 2017
- [Laurent Cohen-Tanugi](#), « L'assaut populiste contre la vérité », *Commentaire*, n°163, 2018
- Grégory Derville, *Le pouvoir des médias. Mythes et réalités*, Grenoble, PUG, 2005 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Dosquet Frédéric, *Marketing et communication politique*, Paris, EMS Editions, 2017
- Brigitte Le Grignou, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Paris, Economica, 2003 (NB : résumé en ligne disponible [ici](#))
- [Patrick Troude Chastenet](#), « Fake news et post-vérité. De l'extension de la propagande au Royaume-Uni, aux États-Unis et en France », *Quaderni*, n°96, 2018

Séance 10 – Semaine du 12 au 16 décembre 2022 – Les logiques de cadrage médiatique

TD – Communication politique

- Exposé 1 : La représentation de la crise sociale dite des « gilets jaunes » dans le champ médiatique.
- Exposé 2 : L'insécurité : réalité sociale, construit médiatique ou les deux ?
- Plan détaillé : La « dédramatisation » du FN/RN est-elle une illusion médiatique ?

Indications bibliographiques :

- Jérôme Berthaut, « La mise en image du "problème des banlieues" au prisme de la division du travail journalistique », *Revue Agone*, n°40, 2008 (NB : intégralité du n°40 de la revue *Agone* disponible en ligne [ici](#))
- Joseph Confavreux (dir.), *Le fond de l'air est jaune. Comprendre une révolte inédite*, Paris, Le Seuil, 2019 (NB : recension en ligne disponible [ici](#))
- Laurent Mucchielli, *Vous avez dit sécurité ?*, Paris, Champ Social, 2012
- Julien Damon, « La question SDF au prisme des médias », *Espaces et sociétés*, n°116-117, 2004
- Alexandre Dézé, « La construction médiatique de la "nouveau" FN », in Sylvain Crépon, Alexandre Dézé et Nonna Mayer (dir.), *Les Faux-semblants du Front national. Sociologie d'un parti politique*, Paris, Presses de Sciences Po, 2015
- Brigitte Sebbah et al., « Les gilets jaunes, des cadrages médiatiques aux paroles citoyennes », *Rapport de recherche préliminaire*, Laboratoire d'études et de recherches appliquées en sciences sociales, Université de Toulouse, 26 novembre 2018
- Brigitte Sebbah, « Gilets jaunes. Les médias ont peiné à couvrir le mouvement à ses débuts », *La revue des médias*, 30 avril 2019
- Samuel Legris, « La conscience sociale des gilets jaunes : étude sociologique de représentations en lutte », *Mots. Les langages du politique*, 2022/2 (n°129), pp. 125-145
- Fabien Granjon, « Mouvements sociaux, espaces publics et usages d'internet », *Pouvoirs*, 2018/1 (n°164), pp. 31-47