

INTRODUCTION A LA COMMUNICATION DE MASSE

Professeur : David Colon, professeur agrégé d'histoire à Sciences Po (david.colon@sciencespo.fr)

Semestre d'automne 2021-2022

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours propose une introduction aux grands principes et aux principales théories de la communication de masse. Il vise à mettre en perspective les enjeux contemporains de la communication à l'ère numérique en s'appuyant sur les acquis des sciences sociales et cognitives. Il repose à la fois sur une approche théorique, qui conduit à aborder les principes de la communication de masse à travers les principaux textes de référence, et une approche empirique, qui se traduit par l'analyse des techniques et les effets des communications de masse à travers une série d'études de cas. Il propose également des méthodes de compréhension et d'analyse critique utiles pour appréhender, dans une perspective globale, les modalités et les techniques de la communication de masse à l'ère numérique.

MODE DE VALIDATION

- **Exposé**– Chaque élève présente un exposé d'une durée maximale de 15 mn, choisi parmi la liste ci-dessous. L'exposé s'appuie sur au moins 3 documents de nature différente (texte, image, statistiques).
- **Fiche de lecture**– Choisie parmi la liste des ouvrages ci-dessous, la fiche - d'une taille de 10.000 caractères au maximum - comprend une introduction, qui présente notamment l'auteur et le contexte de parution, un développement structuré, qui mêle l'analyse et la synthèse de l'ouvrage, et une conclusion, qui aborde notamment la réception et la portée de l'œuvre. Elle est accompagnée d'une courte bibliographie.
- **Participation** – Il est tenu compte dans l'évaluation finale de la participation en classe, dans la limite de 10% de la note finale.

LECTURES RECOMMANDEES

- André Akoun, *Sociologie des communications de masse*, Paris, Hachette, « Les fondamentaux », 1997
- David Colon, *Les maîtres de la manipulation. Un siècle de persuasion de masse*, 2021
- Lucien Sfez, *La communication*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 2017 (9^e édition).

DESCRIPTIF DES SEANCES

Séance 1 – Définir la communication de masse

- Présentation du cours, distribution des exposés, méthodologie
- Introduction générale

Séance 2 – La psychologie des foules

Exposés :

- Gustave Le Bon, théoricien de l'âge des foules
- Serge Tchakhotine, observateur et acteur du « viol des foules »

Séance 3 – Les « pères du Spin » : à l'origine de la communication moderne

Exposés :

- Ivy Ledbetter Lee, le père de la propagande d'entreprise
- Edward Bernays, le père du Spin

Séance 4 – L'ingénierie du consentement

Exposés :

- Walter Lippmann et la « fabrique du consentement »
- Harold Lasswell et le modèle de la « seringue hypodermique »

Séance 5 – “Sell and Spin” : l'avènement du marketing

Exposés :

- Claude C. Hopkins, l'inventeur de la publicité scientifique
- Leo Burnett, l'inventeur de « l'homme Marlboro »

Séance 6 – La manipulation par la parole

Exposés :

- Viktor Klemperer face à la langue du Troisième Reich
- Frank Luntz et les « mots qui marchent »

Séance 7 – La persuasion par l'image

Exposés :

- Rosser Reeves, l'inventeur des spots télévisés
- Roger Ailes, maître de la manipulation télévisée

Séance 8 – La persuasion clandestine

Exposés :

- Vance Packard et l'âge d'or de Madison Avenue
- BJ Fogg, inventeur de la « technologie persuasive »

Séance 9 – L'industrie du mensonge

Exposés :

- La communication de Monsanto vue par Stéphane Horel
- La communication de Big Pharma vue par Jörg Blech

Séance 10 – Communiquer à l'ère de la post-vérité

Exposés :

- Karl Rove, artisan de la polarisation politique
- La communication de Donald Trump

Séance 11 – Le nouvel âge d'or des influenceurs

Exposés :

- Eli Pariser et la « Bulle de filtre »
- Billy McFarland, Ja Rule et le « Fyre Festival »

Séance 12 – L'ingénierie du chaos

Exposés :

- Gianroberto Casaleggio et le « mouvement 5 étoiles »
- Dominic Cummings, l'ingénieur du Brexit

BIBLIOGRAPHIE

- Aronson, Elliot, Pratkanis, Anthony, *Age of Propaganda. The Everyday Use and Abuse of Persuasion*, New York, Holt, 2002.

- Auerbach, Jonathan, *Weapons of Democracy. Propaganda, Progressivism, and American Public Opinion*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2015.
- Badouard, Romain, *Le Désenchantement de l'Internet. Désinformation, rumeur et propagande*, Paris, FYP, 2017.
- Jean-Pierre Beauvois, *Des pouvoirs de l'opinion*, Paris, Manitoba, « Entreprises & société », 2017.
- Belmonte, Laura A., *Selling the American Way. U.S. Propaganda and the Cold War*, Philadelphie, University of Pennsylvania Press, 2008.
- Benedetti, Arnaud, *La Fin de la com'*, Paris, Cerf, 2017.
- Benkler, Yochai, Faris, Robert, Roberts, Hal, *Network Propaganda. Manipulation, Disinformation and Radicalization in American Politics*, Oxford, Oxford University Press, 2018.
- Bernays, Edward, *Crystallizing Public Opinion*, New York, Liveright Publishing Corporation, 1923.
- Bernays, Edward, *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie* (1928), Paris, La Découverte, 2007.
- Bernays, Edward, *The Engineering of Consent*, Norman, University of Oklahoma Press, 1955.
- Bernays, Edward, *Biography of an Idea. Memoirs of a Public Relations Counsel*, New York, Simon and Schuster, 1965.
- Blech, Jörg, *Les Inventeurs de maladies. Manœuvres et manipulations de l'industrie pharmaceutique* (2003), Arles, Actes Sud, 2005, rééd. coll. « Babel », 2008.
- Blondiaux, Loïc, *La Fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Seuil, 1998.
- Blyskal, Jeff, Blyskal Marie, *PR. How the PR Industry Writes the News*, New York, William Morrow & Co., 1985.
- Bohler, *La télé nuit-elle à votre santé ? 150 expériences de psychologie* (2008), Paris, Dunod, 2010.
- Boorstin, Daniel J., *Le Triomphe de l'image. Une histoire des pseudo-événements en Amérique* (1968), Montréal, Lux, 2014.
- Boulay, Sophie, *Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public. Astroturfing, communication et démocratie*, Québec, Presses de l'université du Québec, 2014.
- Bourdieu, Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 2008.
- Brochet, François, *Démocratie smartphone. Le populisme numérique, de Trump à Macron*, Paris, François Bourin, 2017.
- Carey, Alex, *Taking the Risk Out of Democracy. Corporate Propaganda versus Freedom and Liberty*, Urbana, University of Illinois Press, 1997.
- Chomsky, Noam, Edward, Herman, *La Fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, 2008.
- Cialdini, Robert, *Influence et manipulation. Comprendre et maîtriser les mécanismes de persuasion* (2001), Paris, Pocket, 2014.
- Citron, Danielle Keats, *Hate Crimes in Cyberspace*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 2016.
- Cornog, Evan, *The Power and the Story. How the Crafted Presidential Narrative has Determined Political Success from George Washington to George W. Bush*, New York, Penguin Press, 2004.
- Creel, George, *How We Advertised America*, New York, MacMillan, 1920.
- Cutlip, Scott M., *The Unseen Power. Public Relations. A History*, Londres, Routledge, 1994.
- Delporte, Christian, *Une histoire de la langue de bois* (2009), Paris, Flammarion, 2011.
- Dubuisson-Quellier, Sophie, dir., *Gouverner les conduites*, Paris, Presses de Sciences Po, 2016.
- Empoli, Giuliano da, *Les ingénieurs du chaos*, Paris, JC Lattès, 2019.
- Esquerre, Arnaud, *Le vertige des faits alternatifs*, Paris, Textuel, 2018.
- Ewen, Stewart, *PR ! A Social History of Spin*, New York Basic Books, 1996.
- Fallows, James, *Breaking the News. How the Media Undermine American Democracy*, New York, Pantheon Books, 1996.
- Fox, Stephen R., *The Mirror Makers: a History of American Advertising and Its Creators*, Urbana, University of Illinois Press, 1984.
- Frederick, Christine, *Selling Mrs. Consumer*, New York, Business Bourse, 1929.
- Freud, Sigmund, *Psychologie des foules et analyse du moi* (1921), Paris, Payot, 2012.
- Gergorin, Jean-Louis, Isaac-Dognin, Léo, *Cyber : la guerre permanente*, Paris, Cerf, 2018.
- Gladstone, Brooke, Neufeld, Josh, *La Machine à influencer. Une histoire des médias* (2012), Paris, ça et là, 2014.
- Guigo, Pierre-Emmanuel, *Com & politique. Les liaisons dangereuses*, Paris, Arkhè, 2017.
- Hall Jamieson, Kathleen, *Packaging the Presidency. History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, Oxford, Oxford University Press, 1996.
- Harrison, E. Bruce, *Going Green. How to Communicate your Company's Environmental Commitment*, New York, McGraw-Hill, 1993.
- Horel, Stéphane, *Lobbytomie. Comment les lobbies empoisonnent nos vies et la démocratie*, Paris, La Découverte, 2018

- Jeangène Vilmer, Jean-Baptiste, Escorcia, Alexandre, Guillaume, Marine, Herrera, Janaina, *Les Manipulations de l'information. Un défi pour nos démocraties*, Rapport du Centre d'analyse, de prévision et de stratégie (CAPS) et de l'Institut de recherche stratégique de l'École militaire (IRSEM), Paris, août 2018.
- Josset, Raphaël, *Complosphère. L'esprit conspirationniste à l'ère des réseaux sociaux*, Paris, Lemieux, 2015.
- Joule, Robert-Vincent, Beauvois, Jean-Léon, *La Soumission librement consentie. Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?* (1998), Paris, PUF, 2017.
- Key, Wilson Brian, *Subliminal Seduction. Are You Being Sexually Aroused By This Picture ?*, New York, Signet, 1974.
- Keyes, Ralph, *The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, Londres, St. Martins Press, 2004.
- Klemperer, Viktor, *LTI, la langue du Troisième Reich* (1947), Paris, Pocket, 2003.
- Kotras, Baptiste, *Les voix du web. Nouveaux régimes de l'opinion sur Internet*, Paris, Seuil, 2018.
- Koyré, Alexandre, *Réflexions sur le mensonge* (1943), Paris, Allia, 2016.
- Laborde, Geneviève, *Influencer avec intégrité*, Paris, Interéditions, 2012 (1987).
- Lasswell, Harold, *Propaganda, Communication and Public Opinion*, Princeton, Princeton University Press, 1946.
- Le Bon, Gustave, *Psychologie des foules* (1895), Paris, PUF, coll. « Quadrige » 2013.
- Lenglet, Robert, *Lobbying et santé. Ou comment certains industriels font pression contre l'intérêt général*, Paris, Pascal, 2009.
- Lenoir, Tim, Caldwell, Luke, *The Military-Entertainment Complex*, Cambridge (MA), Harvard University Press, 2018.
- Lippmann, Walter, *Public Opinion*, New York, Macmillan, 1922.
- Lippmann, Walter, *Le Public fantôme* (1925), Paris, Demopolis, 2008.
- Lorgeril (de), Michel, *Cholesterol. Mensonges et propagande*, Paris, Thierry Souccar, 2013.
- Maltese, John Anthony, *Spin Control. The White House Office of Communications and the Management of Presidential News*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1992.
- McGinnis, Joe, *The Selling of the President 1968*, New York, Trident Press, 1969.
- McLuhan, Marshall, *Pour comprendre les médias* (1964), Paris, Mame / Seuil, 1968.
- Mercier, Arnaud (dir.), *La Communication politique*, Paris, CNRS, 2008.
- Missika, Jean-Louis, *La Fin de la télévision*, Paris, Seuil, 2006.
- Moore, Martin, *Democracy hacked: Political Turmoil and Information Warfare in the Digital Age*, Londres, Oneworld, 2018.
- Morozov, Evgeny, *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*, Public Affairs, 2011.
- Mucchielli, Alex, *L'Art d'influencer*, Paris, Armand Colin, 2011.
- Oreskes, Naomi, Conway, Erik, *Merchants of Doubts. How a Handful of Scientists Obscured the Truth on Issues from Tobacco Smoke to Global Warming*, Londres, Bloomsbury Press, 2010.
- Packard, Vance, *La Persuasion clandestine* (1958), Paris, Calmann-Lévy, 1984.
- Pariser, Eli, *The Filter Bubble. What Internet is Hiding from You*, New York, Penguin, 2011.
- Perry, James M., *The New Politics. The Expanding Technology of Political Manipulation*, Londres, Weindenfeld & Nicolson, 1968.
- Pozzi, Jérôme, dir., *De l'attachée de presse au conseiller en communication : pour une histoire des spin doctors*, Rennes, PUR, 2019.
- Proctor, Robert N., *Golden Holocaust. La conspiration des industriels du tabac* (2012), Paris, Équateurs, 2014.
- Rampton, Sheldon, Stauber, John, *L'Industrie du mensonge. Relations publiques, lobbying et démocratie* (1995), Marseille, Agone, 2012.
- Riesman, David, *La Foule solitaire. Anatomie de la société moderne* (1960), Paris, Arthaud, 1964.
- Salmon, Christian, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.
- Samuel, Lawrence R., *Freud on Madison Avenue. Motivation Research and Subliminal Advertising in America*, Philadelphie, University of Pennsylvania Press, 2011.
- Segrave, Kerry, *Endorsements. A Social History*, Jefferson, McFarland, 2005.
- Sharot, Tali, *Comment on nous influence. Les méthodes de persuasion qui impactent notre cerveau*, Paris, Marabout, 2017.
- Smet (de), François, *Reductio ad hitlerum. Une théorie du point Godwin*, Paris, PUF, 2014.
- Stanley, Jason, *How Propaganda Works*, Princeton, Princeton University Press, 2015.
- Steel, Ronald, *Walter Lippmann and the American Century*, New Brunswick, Transaction Publishers, 1999.
- Sunstein, Cass R., *#Republic. Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, Princeton University Press, 2017.
- Tarde, Gabriel, *L'opinion et la foule* (1901), Paris, Sandre, 2007.
- Tchakhotine, Serge, *Le Viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard, 1952.

- Thaler, Richard H., Sunstein, Cass R., *Nudge. La méthode douce pour inspirer la bonne décision* (2008), Paris, Vuibert, 2010, rééd. Pocket, 2012.
- Tye, Larry, *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Victoria, Crown Publications, 1998.
- Vaissié, Cécile, *Les Réseaux du Kremlin en France*, Paris, Les Petits Matins, 2016.
- White, Theodore H., *La Victoire de Kennedy ou comment on fait un président* (1960), Paris, Robert Laffont, 1962.