

L'ART DE CONVAINCRE : ETHIQUE ET RESPONSABILITE DE LA COMMUNICATION DE MASSE

Professeur : David Colon, professeur agrégé d'histoire à Sciences Po (david.colon@sciencespo.fr)
Semestre de printemps 2017-2018

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours aborde les enjeux de la communication de masse dans le monde contemporain. Il vise en effet à mettre en perspective l'éthique de la communication à l'ère du numérique, des médias de masse et des réseaux sociaux et propose une réflexion critique sur le rôle des communicants dans le monde d'aujourd'hui. S'appuyant sur les acquis de plusieurs disciplines (histoire, sociologie, science politique, psychologie, histoire de l'art), il met également en perspective les évolutions récentes de la communication de masse aux en s'appuyant sur une grande variété de supports (textes, images fixes, images animées, sons). Ce cours repose à la fois sur une approche théorique, qui conduit à aborder les principes de la persuasion 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 l'art de convaincre.

MODE DE VALIDATION

- **Fiche de lecture (50%)** – 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.
- **Etude de cas (50%)** – Réalisée en groupe - de 3 à 5 étudiants -, l'étude de cas porte sur un sujet en rapport avec la problématique générale du cours. Le choix du sujet, du support (texte, son, vidéo, blog, etc) et du format est laissé à l'appréciation des étudiants.

LECTURES RECOMMANDEES

- André Akoun, *Sociologie des communications de masse*, Paris, Hachette, « Les fondamentaux », 1997
- Etienne F. Augé, *Petit traité de propagande à l'usage de ceux qui la subissent*, Bruxelles, De Boeck, 2007.
- Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, Economica, « Classiques des sciences sociales », 1990 (1962).

DESCRIPTIF DES SEANCES

Séance 1 – La « fabrique du consentement » : influencer l'opinion publique en démocratie

Orientations bibliographiques :

- Gregory Bateson, Jürgen Ruesch, *Communication et société*, Paris, Seuil, 1988 (1951)
- Laura A. Belmonte, *Selling the American Way. U.S. Propaganda and the Cold War*, University of Pennsylvania Press, 2008.
- Loïc Blondiaux, *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Seuil, 1998
- Pierre Bourdieu, « L'opinion publique n'existe pas », *Les temps modernes*, 318, janvier 1973, pp. 1292-1309
- Patrick Champagne, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Les éditions de Minuit, 1990
- Patrick Champagne, *La double dépendance. Sur le journalisme*, Paris, Raisons d'Agir, 2016.
- Noam Chomsky, Herman Edward, *La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Agone, 2008
- Yves Citton, *Médiarchies*, Paris, Seuil, « La couleur des idées », 2017.
- Daniel Cornu, *Ethique de l'information*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1999.
- Scott M. Cutlip, *The Unseen Power. Public Relations: A History*, Londres, Routledge, 1994.
- John Dewey, *Le public et ses problèmes*, Paris, 2005 (1925-1927).
- Jean-Marie Domenach, *La propagande politique*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1979 (1950)
- Stewart Ewen, *Consciences sous influence. Publicité et genèse de la société de consommation*, Paris, Aubier, 1982 (1976).
- Stuart Ewen, *PR ! A Social History of Spin*, New York Basic Books, 1996.
- Brooke Gladstone, Josh Neufeld, *La machine à influencer. Une histoire des médias*, Paris, Editions ça et là, 2014 (2012)
- Jürgen Habermas, *L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 198
- Joseph Heath, Andrew Potter, *Révolte consommée : Le mythe de la contre-culture*, Paris, Editions Naïve, 2005 (2004).
- Joseph Klapper, *The Effects of Mass Communication*, New York, The Free Press, 1960.
- Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *The Peoples's Choice*, New York, Duel Sloan and Pearce, 1944
- Gustave Le Bon, *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 1895, « Quadrige » 2013 (1895)
- Walter Lippmann, *Public Opinion*, New York, Macmillan, 1922
- Eric Maurin, *La fabrique du conformisme*, Paris, Seuil, 2015.
- Alex Mucchielli, *L'art d'influencer*, Paris, Armand Colin, 2011.
- Alfred Sauvy, *Le pouvoir et l'opinion. Essai de psychologie politique et sociale*, Paris, Payot, 1949.
- Jean Stoetzel, *Théorie des opinions*, Paris, PUF, 1943.
- Gabriel Tarde, *L'opinion et la foule*, Paris, Editions du Sandre, 2007 (1901)
- Larry Tye, *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Victoria, Crown Publications, 1998.

Séance 2. – La « parole manipulée » : l'avènement du storytelling

Orientations bibliographiques :

- Fabrice d'Almeida, *La manipulation*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 2017 (4^e édition)
- Gilles Azzopardi, *Les secrets de la manipulation efficace*, Paris, First, 2011.
- Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, Seuil, 2014 (1957)
- Philippe Breton, *La parole manipulée*, Paris La Découverte, 2010
- Cicéron, *L'orateur idéal*, Paris, Payot, 2009 (46 av. J.-C.)

- Michel Foucault, *L'ordre du discours*, Paris, Gallimard, 1971
- Raoul Girardet, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Seuil, 1986
- Francis Goyet, *Rhétorique de la tribu, rhétorique de l'Etat*, Paris, PUF, 1994
- Serge Halimi, Dominique Vidal, Henri Maler, Mathias Reymond, *L'opinion, ça se travaille... Les médias et les « guerres justes »*, Paris, Agone, 2014.
- Eric Hazan, *LQR. La propagande du quotidien*, Paris, Raisons d'Agir éditions, 2006
- Robert-Vincent Joule, Jean-Léon Beauvois, *La soumission librement consentie. Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire ?*, Paris, PUF, 2017 (1998).
- Robert-Vincent Joule, Jean-Léon Beauvois, *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2014
- Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007
- Christian Salmon, *Verbicide. Du bon usage des cerveaux humains disponibles*, Arles, Actes Sud, 2007.

Séance 3 – Le « viol des foules » : propagande et persuasion de masse

Orientations bibliographiques :

- Edward Bernays, *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, La Découverte, 2007 (1928)
- James A. C. Brown, *Techniques of persuasion. From Propaganda to Brainwashing*, Londres, Penguin, 1963.
- Gérard Chaliand, dir., *La persuasion de masse. Guerre psychologique, guerre médiatique*, Paris, Robert Laffont, 1992.
- Monica Charlot, *La persuasion politique*, Paris, Armand Colin, « Dossiers U2 », 1970.
- Noam Chomsky, Robert McChesney, *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Editions écosociété, 2004
- Pierre Conesa, *La fabrication de l'ennemi*, Paris, Robert Laffont, 2011.
- Sigmund Freud, *Psychologie des foules et analyse du moi*, Paris, Payot, 2012 (1921).
- Thomas Gordon, *Les armes secrètes de la CIA*, Paris, Nouveau monde, 2012 (2010)
- Don J. Jackson, Janet Helmick Beavin, Paul Watzlawick, *Une logique de la communication*, Paris, Seuil, 1972 (1967)
- Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda & Persuasion*, Londres, Sage Editions, 2014 (6^e édition)
- Aude Lancelin, *Le monde libre*, Paris, Les liens qui libèrent, 2016
- Laurent Mauduit, *Main basse sur l'information*, Paris, Don Quichotte, 2016
- Anne Morelli, *Principes élémentaires de propagande de guerre*, Bruxelles, Labor, 2010
- Vance Packard, *La persuasion clandestine*, Paris, Calmann-Lévy, 1984 (1958)
- Pol Quentin, *La propagande politique. Une technique nouvelle*, Paris, Plon, 1943.
- Paul Reiwald, *De l'esprit des masses. Traité de psychologie collective*, Paris, Delachaux & Niestlé, 1949.
- David Riesman, *La foule solitaire. Anatomie de la société moderne*, Paris, Arthaud, 1964 (1960)
- William Sargant, *Battle for the Mind : How Evangelists, Psychiatrists, Politicians, and Medicine Men can change your beliefs and Behavior*, Los Altos, Malor Books, 2011 (1957).
- Jason Stanley, *How Propaganda Works*, Princeton University Press, 2015
- Frances Stonor Saunders, *Qui mène la danse ? La CIA et la guerre froide culturelle*, Denoël, 2003 (1999)
- Serge Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard, 1952

Séance 4 – « La propagande par les rêves » : le triomphe de l'image

Orientations bibliographiques :

- Fabrice d'Almeida, *Image et propagande*, Bruxelles, Castermann, 1995
- Jean-Pierre Bertin-Maghit, *Une histoire mondiale des cinémas de propagande*, Paris, Nouveau monde, 2008
- Daniel J. Boorstin, *Le triomphe de l'image. Une histoire des pseudo-événements en Amérique*, Montréal, Lux, 2014 (1968)
- Annie Duprat, *Images et histoire. Outils et méthodes d'analyse des documents iconographiques*, Paris, Belin, 2007
- Laurent Gervereau, *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, La Découverte, 2004

- Vicky Goldberg, *The Power of Photography. How Photographs change our Lives*, New York, Abbeville, 1993 (2^e édition)
- Martine Joly, *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Armand Colin, 2013
- David King, *The Commissar vanishes. The Falsification of Photographs and art in Stalin's Russia*, Londres, Tate, 2014
- Tim Lenoir, Luke Caldwell, *The Military-Entertainment Complex*, Harvard University Press, 2018. Raphaël Müller, Thomas Wieder, *Cinéma et régimes autoritaires au XXe siècle*, Paris, PUF, 2008
- Joe McGinnis, *The Selling of the President 1968*, New York, Trident Press, 1969.
- Sheldon Rampton, John Stauber, *Une arme de persuasion massive. De la propagande dans la guerre de Bush en Irak*, Paris, Le Pré au clerc, 2004 (2003).
- Nicholas Reeves, *The power of film propaganda. Myth or reality*, Londres, Cassel, 1999
- Rencontres internationales Média-Défense 1995, *Les manipulations de l'image et du son*, Paris, Hachette, "Pluriel", 1996.
- Fredrik Strömberg, *La propagande dans la BD. Un siècle de manipulations en images*, Paris, Eyrolles, 2010

Séance 5 – « La folle du logis » : les enjeux de l'information de masse à la télévision

Orientations bibliographiques :

- Jean Baudrillard, *La société de consommation. Ses mythes, ses structures*, Paris, Denoël, 1970
- Sébastien Bohler, *La télé nuit-elle à votre santé ? 150 expériences de psychologie*, Paris, Dunod, 2010 (2008)
- Pierre Bourdieu, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 2008
- Jean-Marie Cotteret, *Gouverner c'est paraître*, Paris, PUF, « Quadrige », 2002 (1991)
- Guy Debord, *La société du spectacle*, Paris, Buchet-Chastel, 1967
- Mara Goyet, *Sous le charme du fait divers*, Paris, Stock, 2016
- Marshall Mc Luhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Mame-Seuil, 1968 (1964)
- John Anthony Maltese, *Spin Control : The White House Office of Communications and the Management of Presidential News*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1992.
- Laurent Mauduit, *Main basse sur l'information*, Paris, Don Quichotte, 2016
- Jean-Louis Missika, Dominique Wolton, *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris, Gallimard, 1983
- Jean-Louis Missika, *La fin de la télévision*, Paris, Le Seuil, 2006
- Marine M'Sili, *Le Fait divers en République. Histoire sociale de 1870 à nos jours*, Paris, CNRS Editions, 2000
- Claire Secail, *Le crime à l'écran*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2010
- Alain Woodrow, *Information Manipulation*, Paris, Editions du Félin, 1990

Séance 6 – Communiquer à l'ère de la « post-vérité »

Orientations bibliographiques :

- Philippe Aldrin, *Sociologie politique des rumeurs*, Paris, PUF, 2005.
- Alberto Alemanno, *Lobbying for change. Find your Voice to Create a better Society*, Londres, Icon Books, 2017.
- Annah Arendt, *Du mensonge à la violence. Réflexions sur les documents du Pentagone*, Paris, Calman-Levy, 1972 (1969)
- Nicolas Arpagian, *La cyberguerre : la guerre numérique a commencé*, Paris, Vuibert, 2009.
- Normand Baillargeon, *Petit cours d'autodéfense intellectuelle*, Montréal, Lux, 2006.
- Arnaud Benedetti, *La fin de la com'*, Paris, Cerf, 2017
- Raymond Boudon, *L'art de se persuader des idées douteuses, fragiles ou fausses*, Paris, Fayard, 1990
- Gérald Bronner, *La démocratie des crédules*, Paris, PUF, 2013.
- Stéphane Bussard, Philippe Mottaz, *#Trump. De la démagogie en Amérique*, Paris, Slatkine&Cie, 2016
- Julia Cagé, Nicolas Hervé, Marie-Luce Viaud, *L'information à tout prix*, Paris, INA, 2017.
- Véronique Champion-Vincent, *La société parano. Théories du complot, menaces et incertitudes*, Paris, Payot, 2005.
- Umberto Eco, *La guerre du faux*, Paris, Grasset, 1985 (1967)
- Pascal Froissart, *La rumeur. Histoire et fantasmes*, Belin, 2012

- François Géré, *Dictionnaire de la désinformation*, Paris, Armand Colin, 2011.
- Raoul Girardet, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Seuil, 1986
- Kathleen Hall Jamieson, *Packaging the Presidency: History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, Oxford University Press, 1996
- Jean-Noël Kapferer, *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*, Paris, Seuil, 1995 (1987)
- Alexandre Koyré, *Réflexions sur le mensonge*, Paris, Allia, 2016 (1943)
- Robert Lenglet, *Lobbying & santé. Ou comment certains industriels font pression contre l'intérêt général*, Paris, Editions Pascal, 2009.
- Pierre Mercklé, *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, 2016 (2004)
- Edgar Morin, *La rumeur d'Orléans*, Paris, Seuil, 1982
- Marie Peltier, *L'ère du complotisme. La maladie d'une société fracturée*, Paris, Les Petits matins, 2016
- Robert N. Proctor, *Golden Holocaust. La conspiration des industriels du tabac*, Paris, Equateurs, 2014 (2012)
- Françoise Remeaux, *ABC de la rumeur*, Paris, Les Belles Lettres, 2017 (1998)
- Nancy Snow, *Information War : American Propaganda, Free Speech and Opinion Control since 9-11*, New York, Seven Stories Press, 2003.
- Timothy Snyder, *De la tyrannie. Vingt leçons du XXe siècle*, Paris, Gallimard, 2017.
- Pierre-André Taguieff, *L'imaginaire du complot mondial. Aspects d'un mythe moderne*, Paris, Mille et une nuits, 2007
- Vladimir Volkoff, *Petite histoire de la désinformation. Du cheval de Troie à Internet*, Paris, Editions du Rocher, 1999
- Yves Charles Zarka et Les Intempestifs, *Critique des nouvelles servitudes*, Paris, PUF, 2007