

PROPAGANDE ET PERSUASION DE MASSE

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

Année universitaire 2018-2019 : Semestre d'automne

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours aborde les enjeux de la propagande et de la persuasion de masse dans le monde contemporain. La propagande, parce qu'elle est une nécessité pour tous les régimes politiques et une dimension essentielle de la persuasion de masse, est en effet omniprésente aussi bien dans les régimes autoritaires que dans les sociétés démocratiques. S'appuyant sur les acquis de plusieurs disciplines (histoire, communication, sociologie, science politique, psychologie sociale, histoire de l'art, neurosciences), ce cours met en perspective les mutations de la propagande et de la persuasion à l'œuvre depuis « l'âge du papier » jusqu'à « l'ère numérique » en s'appuyant sur une grande variété de supports (textes, images fixes, images animées, sons, objets, monuments). Il s'appuie à la fois sur une approche théorique, qui conduit à aborder les principes de la propagande et 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 de la propagande à travers une série d'études de cas. Ce cours a une forte dimension méthodologique : outre une méthodologie de la dissertation et de l'exposé, il propose des méthodes de compréhension et d'analyse critique utiles pour appréhender, dans une perspective globale, les modalités et les techniques de la « fabrique de l'opinion publique ».

MODE DE VALIDATION

- **Fiche de lecture (40% de la note finale)** – La note de lecture (10.000 caractères maximum), choisie parmi les livres proposés dans le programme des séances, 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.
- **Paper (50% de la note finale)** – Le paper (20.000 signes), choisi librement, comprend une introduction, un développement structuré, une conclusion et une bibliographie organisée.
- **Participation (10% de la note finale)** – La note de participation repose sur l'assiduité et sur la participation d'ensemble aux échanges et aux débats en classe.

LECTURE OBLIGATOIRE

- Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, Économica, « Classiques des sciences sociales », 1990 (1962). (Édition américaine : *Propaganda: The formation of men's attitudes*, New York, Alfred A. Knopf, 1965)

DESCRIPTIF DES SEANCES

Séance 1 : Introduction générale

- Prise de contact, présentation des exercices, méthodologie.
- Introduction du cours

A lire avant la séance :

- Fabrice d'Almeida, « Propagande, histoire d'un mot disgracié », *Mots. Les langages du politique*, n°69, 2002, p. 137-148.

Séance 2 : La fabrique de l'opinion

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 1-44
- Dan Sperber, « L'effet gourou » (traduit de « The Guru effect », *Review of Philosophy and Psychology*, n°4, 2010, p. 583-592.

Fiches de lecture :

- Jonathan Auerbach, *Weapons of Democracy. Propaganda, Progressivism, and American Public Opinion*, Johns Hopkins University Press, 2015.
- Edward Bernays, *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, La Découverte, 2007 (1928)
- Edward Bernays, *The Engineering of Consent*, University of Oklahoma Press, 1955.
- Edward Bernays, *Biography of an Idea: Memoirs of a Public Relations Counsel*, New York, Simon and Schuster, 1965.
- Loïc Blondiaux, *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, seuil, 1998.
- George Creel, *How we advertised America*, New York, MacMillan, 1920.
- Harold D. Lasswell, *Propaganda, communication and public opinion*, Princeton University Press, 1946.
- Marshall Mc Luhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Mame-Seuil, 1968 (1964).
- Clyde Miller, *The Process of persuasion*, New York, Crown Publishers, 1946.
- Jason Stanley, *How Propaganda Works*, Princeton University Press, 2015.
- Ronald Steel, *Walter Lippmann and the American Century*, New Brunswick, Transaction Publishers, 1999.

Séance 3 : « Sell and spin » : le marketing et la fabrique de l'opinion publique

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 45-75
- Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, "Advertising: The Ubiquitous Propaganda", dans *Propaganda and Persuasion*, Los Angeles, SAGE, 2012 (2006), p. 151-158.

Fiches de lecture :

- Michel Badoc, Patrick Georges, *Le Neuromarketing en action. Parler et vendre au cerveau*, Paris, Eyrolles, 2010
- Ernst Dichter, *Une stratégie du désir. Une philosophie de la vente*, Paris, Fayard, 1961.
- Edouard Filene, *The Way out: A Forecast of Coming Changes in American Business and Industry*, New York, Garden City, 1924
- Christine Frederick, *Selling Mrs. Consumer*, New York, Business Bourse, 1929.
- Kenneth Galbraith, *L'ère de l'opulence*, Paris, Calmann-Lévy, 1970 (1958).
- Joseph Heath, Andrew Potter, *Révolte consommée : Le mythe de la contre-culture*, Paris, Éditions Naïve, 2005 (2004).
- Jean-Noël Kapferer, *Les chemins de la persuasion. Le mode d'influence des médias et de la publicité sur les comportements*, Paris, Dunod, 1986 (1978)
- Marshall McLuhan, *The mechanical Bride: Folklore of Industrial Man*, New York, Vanguard, 1951.
- Lawrence R. Samuel, *Freud on Madison Avenue. Motivation research and Subliminal Advertising in America*, University of Pennsylvania Press, 2011.
- Kerry Segrave, *Endorsements: A social history*, Jefferson, McFarland, 2005.

- Larry Tye, *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Victoria, Crown Publications, 1998.

Séance 4 : Le « viol des foules par la propagande politique »

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 75-103
- Theodor W. Adorno, "Freudian Theory and the pattern of fascist propaganda", dans Gezah Roheim, dir., *Psychoanalysis and the social science*, New York, International Universities Press, 1951, p. 279-300.

Fiches de lecture :

- Christopher Andrew, Vassili Mitrokhine, *Le KGB contre l'Ouest, 1917-1991 : Les archives Mitrokhine*, Paris, Fayard, 1999.
- Elliot Aronson, Anthony Pratkanis, *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*, New York, Holt, 2002.
- Gilles Azzopardi, *Les secrets de la manipulation efficace*, Paris, First, 2011.
- James A. C. Brown, *Techniques of persuasion. From Propaganda to Brainwashing*, Londres, Penguin, 1963.
- Sigmund Freud, *Psychologie des foules et analyse du moi*, Paris, Payot, 2012 (1921).
- Jean-Paul Gourevitch, *La propagande dans tous ses états*, Paris, Flammarion, 1981.
- Walter Hagemann, *Publizistik im dritten Reich. Ein Beitrag zur Methodik der Massenführung*, Hambourg, Hansischer Gildenverlag, 1948.
- Kathleen Hall Jamieson, *Dirty Politics: Deception, Distraction and Democracy*, Oxford, Oxford University Press, 1992.
- Kathleen Hall Jamieson, *Packaging the Presidency: History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*, Oxford University Press, 1996.
- Edward Hunter, *Brain-Washing in Red China*, New York, Vanguard, 1951.
- Gladys Engel Lang, Kurt Lang, *The Battle for Public Opinion, the President, the Press, and the Polls during Watergate*, Columbia University Press, 1983.
- Steve Luckert, Susan Bachrach, *State of Deception: The Power of Nazi Propaganda*, Washington DC, United States Holocaust Memorial Museum, 2009.
- 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.
- John Marks, *The Search for the Manchurian Candidate: The CIA and Mind Control*, New York, Time Books, 1979.
- Joe McGinnis, *The Selling of the President 1968*, New York, Trident Press, 1969.
- Arnaud Mercier, dir., *La communication politique*, Paris, CNRS Éditions, 2008
- James M. Perry, *The new Politics. The expanding Technology of Political Manipulation*, London, Weindenfeld & Nicolson, 1968.
- 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).
- Serge Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard, 1952
- Theodore H. White, *La victoire de Kennedy, ou comment on fait un président*, Paris, Robert Laffont, 1962 (1960)

Séance 5 : Manipuler par la parole et le Storytelling

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 105-136
- George Orwell, « Politics and the English Language », *Horizon*, avril 1946.

Fiches de lecture :

- Philippe Breton, *La parole manipulée*, Paris La Découverte, 2010
- Evan Cornog, *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.
- Christian Delporte, *Une histoire de la langue de bois*, Paris, Flammarion, 2011 (2009)
- Denis Huismans, *Le dire et le faire. Essai sur la communication efficace*, Paris, Sedès, 1982.

- Charles A. Kiesler, *The Psychology of commitment. Experiments liking behavior to belief*, New York, Academic Press, 1971.
- Armand Robin, *La fausse parole*, Paris, Le temps qu'il fait, 2002 (1953)
- Christian Salmon, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007
- François de Smet, *Reductio ad hitlerum : Une théorie du point Godwin*, Paris, PUF, 2014.
- Françoise Thom, *La langue de bois*, Paris, Julliard, 1987.

Séance 6 : « Les crayons de la propagande » : manipuler par le dessin

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 137-157
- David Culbert, « Cartoons », dans Nicholas J. Cull, David Culbert, David Welsh, *Propaganda and mass persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*, Santa Barbara, ABC Clio, 2003, p. 66-68.

Fiches de lecture :

- Christian Delporte, *Les crayons de la propagande. Dessinateurs et dessin politique sous l'occupation*, Paris, CNRS, 1993
- Ariel Dorfman, Armand Mattelart, *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants*, Paris, Alain Moreau, 1976 (1971)
- Fredrik Strömberg, *La propagande dans la BD. Un siècle de manipulations en images*, Paris, Eyrolles, 2010

Séance 7 : « La propagande par les rêves » : le triomphe de l'image

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 158-181
- Roland Barthes, « L'effet de réel », *Communications*, n°11, 1968, p. 84-89.

Fiches de lecture :

- Anthony Aldgate, Jeffrey Richards, *Britain Can Take It: The British Cinema in the Second World War*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 1994.
- Roland Barthes, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Paris, Gallimard, 1980.
- Jean-Pierre Bertin-Maghit, *Une histoire mondiale des cinémas de propagande*, Paris, Nouveau monde éditions, 2008
- Daniel Boorstin, *L'image où ce qu'il advint du rêve américain*, Paris, Julliard, 1963
- Daniel J. Boorstin, *Le triomphe de l'image. Une histoire des pseudo-événements en Amérique*, Montréal, Lux, 2014 (1968)
- Sébastien Denis, Xavier Sené, *Images d'armées. Un siècle de cinéma et de photographies militaires*, Paris, CNRS éditions-Ministère de la Défense, 2015.
- Vicky Goldberg, *The Power of Photography. How Photographs change our Lives*, New York, Abbeville, 1993 (2^e édition)
- David King, *The Commissar vanishes. The Falsification of Photographs and art in Stalin's Russia*, Londres, Tate, 2014
- Daniel J. Leab, *Orwell Subverted: The CIA and the Filming of Animal Farm*, The Pennsylvania State University Press, 2007.
- Tim Lenoir, Luke Caldwell, *The Military-Entertainment Complex*, Harvard University Press, 2018.
- Alain Masson, *Hollywood 1927-1941. La propagande par les rêves ou le triomphe du modèle américain*, Paris, Autrement, 1991.
- Raphaël Müller, Thomas Wieder, *Cinéma et régimes autoritaires au XXe siècle*, Paris, PUF, 2008.
- Nicholas Reeves, *The power of film propaganda. Myth or reality*, Londres, Cassel, 1999
- Richard Taylor, *Film Propaganda: Soviet Russia and Nazi Germany*, Londres, IB Tauris, 1998

Séance 8 : La « folle du logis » : la persuasion par la télévision

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 183-215
- Raymond Kuhn, "Be Very Afraid": Television and l'Insécurité in the 2002 French Presidential Election", *European Journal of Communication*, Vol 20, n°2, 2005, pp. 181-198

Fiches de lecture :

- Georges Balandier, *Le pouvoir sur scène*, Paris, Fayard, 2006
- Daniel Dayan, Elihu Katz, *Media Events, the Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, 1992.
- 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
- Ignacio Ramonet, *Propagandes silencieuses. Masses, télévision, cinéma*, Paris, Gallimard, 2002 (2000).
- Claire Secail, *Le crime à l'écran*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2010

Séance 9 : L'art de « vendre la guerre »

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 217-236
- Dorwin P. Cartwright, Dorwin P, "Some Principles of Mass Persuasion: Selected Findings of Research on the Sale of United States War Bonds," *Human Relations*, n°2, 1949, p. 253-267.

Fiches de lecture :

- 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).
- Sheldon Rampton, John Stauber, *The best war Ever. Lies, Damned Lies and the Mess in Irak*, New York, Penguin, 2007.
- Nancy Snow, *Information War: American Propaganda, Free Speech and Opinion Control since 9-11*, New York, Seven Stories Press, 2003.

Séance 10 : « L'industrie du mensonge » : la propagande d'entreprise

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 236-255
- Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, "Big Pharma: Marketing Disease and Drugs", dans *Propaganda and Persuasion*, Los Angeles, SAGE, 2012 (2006), p. 340-353.

Fiches de lecture :

- Jörg Blech, *Les inventeurs de maladies. Manœuvres et manipulations de l'industrie pharmaceutique*, Paris, Babel, 2005 (2003)
- Alex Carey, *Taking the risk out of democracy: Corporate Propaganda versus freedom and liberty*, Urbana, University of Illinois Press, 1997.
- Jeff et Marie Blyskal, *PR: How the PR Industry Writes the News*, New York, William Morrow & Co., 1985.
- Scott M. Cutlip, *The Unseen Power. Public Relations: A History*, Londres, Routledge, 1994.
- Mark Dowie, *Losing ground: American environmentalism at the Close of the Twentieth Century*, Cambridge, MIT Press, 1995
- Stuart Ewen, *PR ! A Social History of Spin*, New York Basic Books, 1996
- E. Bruce Harrison, *Going Green: How to communicate your Company's Environmental Commitment*, New York, McGraw-Hill, 1993.
- Rémi Kauffer, *L'arme de la désinformation. Les multinationales américaines en guerre contre l'Europe*, Paris, Grasset, 1999.
- Robert Lenglet, *Lobbying & santé. Ou comment certains industriels font pression contre l'intérêt général*, Paris, Éditions Pascal, 2009.
- Michel de Lorgeril, *Cholesterol. Mensonges et propagande*, Paris, Thierry Souccar, 2013.
- Naomi Oreskes, Erik Conway, *Merchants of Doubts. How a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming*, Londres, Bloomsbury Press, 2010
- Robert N. Proctor, *Golden Holocaust. La conspiration des industriels du tabac*, Paris, Équateurs, 2014 (2012)

- Sheldon Rampton, John Stauber, *L'industrie du mensonge. Relations publiques, lobbying et démocratie*, Marseille, Agone, 2012 (1995)

Séance 11 : La propagande à l'épreuve de la post-vérité

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 255-281
- Gregory J. Martin, Ali Yurukoglu, « Bias in Cable News: Persuasion and Polarization », *American Economic Review*, vol. 107, n°9, 2017, p. 2565-2599.

Fiches de lecture :

- Dominique Albertini, David Doucet, *La fachosphère. Comment l'extrême-droite remporte la bataille du net*, Paris, Flammarion, 2016
- Florence Aubenas, Michel Benasayag, *La fabrication de l'information*, Paris, La Découverte, 2008.
- Jamie Bartlett, Jeremy Reffin, Noelle Rumball, Sarah Williamson, *Anti-social Media*, Londres, Demos, 2014
- Sophie Boulay, *Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public. Astroturfing, communication et démocratie*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2014.
- Julia Cagé, *Sauver les médias : capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Seuil, 2015.
- Véronique Campion-Vincent, *La société parano. Théories du complot, menaces et incertitudes*, Paris, Payot, 2005.
- Didier Désormeaux, Jérôme Grondeux, *Le complotisme. Décrypter et agir*, Paris, Canopé, 2017.
- Guy Durandin, *L'information, la désinformation et la réalité*, Paris, PUF, « Le psychologue », 1993.
- James Fallows, *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, New York, Pantheon Books, 1996.
- Lawrence K. Grossman, *The Electronic Republic. Reshaping Democracy in the Information Age*, New York, Penguin, 1996.
- Raphaël Josset, *Complosphère : l'esprit conspirationniste à l'ère des réseaux sociaux*, Paris, Lemieux éditeur, 2015.
- Ralph Keyes – *The post-truth era: Dishonesty and Deception In Contemporary Life*, Londres, St. Martins Press, 2004.
- Françoise Remeaux, *ABC de la rumeur*, Paris, Les Belles Lettres, 2017 (1998)
- Cass Sunstein, *Republic.com*, Princeton University Press, 2001
- Cass Sunstein, *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press, 2017.
- Pierre-André Taguieff, *L'imaginaire du complot mondial. Aspects d'un mythe moderne*, Paris, Mille et une nuits, 2007.

Séance 12 : La militarisation de l'information à l'ère numérique

A lire avant la séance :

- Jacques Ellul, *Propagandes*, p. 283-322
- House of Lords, Select Committee on Soft Power and the UK's Influence, *Persuasion and Power in the Modern World*, Londres, *The Stationery Office Limited*, 2014, p. 5-21.

Fiches de lecture :

- Nicolas Arpagian, *La cyberguerre : la guerre numérique a commencé*, Paris, Vuibert, 2009.
- Edgardo Chamorro, *Packaging the Contras: A Case of CIA Disinformation*, New York, Institute for Media analysis, 1987.
- Danielle Keats Citron, *Hate Crimes in CyberSpace*, Cambridge, Harvard University Press, 2016.
- Pierre Conesa, *La fabrication de l'ennemi*, Paris, Robert Laffont, 2011.
- Sefton Delmer, *Opération Radio noire*, Paris, Flammarion, 1965.
- Abdelasiem El Difraoui, *Al Qaida par l'image*, Paris, PUF, 2012
- Marc Ferro, *L'information en uniforme. Propagande, désinformation, censure et manipulation*, Paris, Ramsay, 1991.
- Wael Ghonim, *Revolution 2.0. The Power of the people is greater than the people in power*, Harper Collins, 2012.
- François-Bernard Huygues, *Terrorisme, violence et propagande*, Paris, Gallimard, « Découvertes », 2011.

- Cécile Vaissié, *Les Réseaux du Kremlin en France*, Paris, Les Petits matins, 2016.