

POL2101 – Communication politique

Hiver 2023
Local : Voir horaire
Horaire: Vendredi 8:30 – 11:30

Enseignant : Alexis Hudelot
Disponibilité : Sur rendez-vous
Courriel : alexis.hudelot@umontreal.ca

Approches et objectifs :

Le cours a comme objectif général de présenter aux étudiant.e.s les différentes dimensions de la communication politique. Une importance particulière sera consacrée à la formation des opinions politiques, aux biais cognitifs, aux campagnes électorales, au marketing politique, au concept de propagande, au rôle des médias traditionnels ainsi qu'aux effets des médias sociaux et de l'internet sur la communication politique.

Pédagogie :

À travers des présentations magistrales, des lectures, des débats et des discussions en classe, ce cours a comme objectif développement d'une réflexion critique sur la place de la communication politique en Occident, et son impact sur les institutions démocratiques.

Ce cours est structuré en trois parties. La première portera sur les fondements historiques et théoriques de la communication politique. La deuxième portera sur les principaux acteurs de la communication politique et la dernière portera sur certains domaines clés de cette dernière.

En plus des lectures hebdomadaires obligatoires accessibles sur StudiUM, l'une des exigences de ce cours est de suivre l'actualité dans un média traditionnel (PAS de fil d'actualité) tout au long de la session. Plusieurs éléments des évaluations en appelleront à la capacité de l'étudiante/étudiant à faire des liens entre les lectures obligatoires, la matière vue en classe et l'actualité.

Étant donné qu'une participation active est exigée, il est à noter que les téléphones et les ordinateurs portables sont interdits dans le cadre de ce cours, à moins d'avoir une raison médicale valide et une entente préalable avec le département.

Évaluation :

Remise examen maison mi-session – 24 février (20%)

Travail final – 14 avril (40%)

Examen final – 21 avril (40%)

Qualité de la grammaire (orthographe et vocabulaire) :

Perte d'un 1/2 point pour chaque faute de grammaire (incluant l'usage approprié de la ponctuation) jusqu'à concurrence de 5% de la note.

Qualité de la syntaxe (bonne construction des phrases, clarté, efficacité, cohérence) :

Perte d'un 1/2 point pour toute phrase mal formulée ou mal construite jusqu'à concurrence de 5% de la note.

Règles obligatoires relatives à la présentation matérielle des travaux

Perte d'un 1/2 point pour chaque règle non respectée jusqu'à concurrence de 10% de la note

Le travail devra être remis avec des marges à 2.5cm, en police Times New Roman ou Times taille 12 et à interligne 1.5

Aucun retard ne sera admis pour les travaux. Tout retard face aux dates prévues dans le calendrier du cours pour la remise des travaux sera pénalisé à raison de cinq points en moins par jour de retard, à moins d'une entente négociée entre l'étudiante ou l'étudiant et le chargé de cours, AU MOINS UNE SEMAINE avant la date normale de remise du travail.

Plan de cours :

Séance 1 : 13 janvier (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Présentation du syllabus et de l'évaluation. Approche pédagogique et première discussion sur l'actualité politique**

BLOC A : FONDEMENTS DE LA COMMUNICATION POLITIQUE

Séance 2 : 20 janvier (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **La communication : notions de linguistique et psychologie Gestalt**

GERSTLÉ, Jacques. 1992. *La communication politique*, Presse universitaire de France, Collection Que-sais-je ? 127 pages, pp.41-85

Séance 3 : 27 janvier (B-0245 Pav. 3200 J.-Brillant) – **Persuasion ou écoute?**

BERNAYS, Edward. Présentation de Normand Baillargeon. 2008. *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie ?*, Montréal, Lux Éditeur, 130 pages, pp.i - xxvi et pp.71-89

MOSCOVICI, Serge (1981). *L'Âge des foules : Un traité historique de psychologie des masses*. Paris: Fayard (258-274)

Séance 4 : 3 février (1020 Pav. Marg.-d'Youville) - **Communication politique et opinion publique**

BLONDIAUX, Loïc. 2003. « L'opinion publique », dans *La communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives*, (dir. Anne-Marie Gingras) Sainte-Foy, Presses de l'université du Québec, 295 pages, pages 137 à 158

BOURDIEU, Pierre. Janvier 1973. « L'opinion publique n'existe pas », dans *Les Temps modernes*, no 318, pages 1292 à 1309

Séance 5 : 10 février (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Médias et journalisme**

ASHLEY, Seth (2019). «Chapitre 7 : ». Dans *News Literacy and Democracy*. New York, Routledge, pp.173-199.

BLOC B : DOMAINES DE LA COMMUNICATION POLITIQUE

Séance 6 : 17 février (B-2305 Pav. 3200 J.-Brillant) – **Communications gouvernementales**

MAAREK, Phillippe (2001). *Communication et Marketing de l'homme politique*, Paris, Litec, 393 pages, pp.47-104

FREDEL, M. Wiant (2002). «Exploiting factional discourse: Wedge issues in contemporary American political campaigns», *Southern Journal of Communication*, Vol.67, No.3, pp. 276-289

Séance 7 : 24 février (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Communication et diplomatie**

MATTELARD, T., IDELSON, B. et PÉLISSIER, N. (2022). «Les mutations des stratégies transnationales d'influence médiatique des États». *Questions de communication*, Vol.41, pp.105-114

TRAGER, Robert F. (2017). «Chapitre 5 : Balancing allies and Adversaries ». *Diplomacy : Communication and the Origins of International Order*. Cambridge University Press, pp.103-127

Remise de l'examen -maison de mi-session

Séance du 3 mars : Semaine de relâche

Séance 8 : 10 mars (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Théories et histoire de la propagande**

TROUDE-CHASTENET, Patrick (2019). « III. Le penseur de la propagande », dans : Patrick Troude-Chastenet éd., *Introduction à Jacques Ellul*. Paris, La Découverte, pp.47-61

ELLUL, Jacques (2008) (première édition 1962). *Propagandes*, Paris, Economica, 361p, pp.105-136

Séance 9 : 17 mars (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Partenaires externes aux stratégies de communication politique. Think tanks, lobbies et relations publiques**

LAMY, Guillaume (2018). « Think et politiques publiques: la relation des élus avec l'IRIS et l'IEDM à l'Assemblée nationale du Québec » dans Jérôme Couture et Steve Jacobs (dir.), *Démocratie et politiques publiques*, Québec, Presses de l'Université Laval, pp.239- 254

CATELLANI, Andrea et Caroline SAUVAJOL-RIALLAND (2015). *Les relations publiques*. Paris, Dunod, pp.15-28

Séance 10 : 24 mars (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Marketing politique**

DOSQUET, Frédéric (2017). *Marketing et communication politique*. Paris, Editions EMS, pp.125-182

BLOC C : DÉBATS ACTUELS

Séance 11 : 31 mars (P-310 Pav. Roger-Gaudry) – **Jeux vidéo et communication politique**

DEBRIX, François (2005). «Discourses of War, Geographies of Abjection: Reading Contemporary American Ideologies of Terror». *Third World Quarterly*, Vol. 26, No. 7 pp. 1157-1172

7 avril : Congé

Séance 12 : 14 avril (P-310 Pav. Roger-Gaudry) *La communication politique à l'ère d'internet et des médias sociaux*

Remise du travail de recherche

Séance 13 : 21 avril – Examen final

Bibliographie

ALBOUY, Serge. 1994. « Marketing et conditionnement idéologique », dans *Marketing et communication politique*, Paris : L'Harmattan, 342 pages, pages 277 à 301.

BAILLARGEON, Normand. 2006. « Médias indépendants : D'où venons-nous ? Que sommes-nous ? Où allons-nous ? », dans *Diversité et indépendance des médias* (dir. Isabelle Gusse), Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 291 pages, pages 55 à 72.

BARBER, Benjamin. 1997. « Le cadre conceptuel : les politiques de participation », dans *Démocratie forte*, Paris, Desclée de Brouwer, 329 pages, pages 159 à 183 (chapitre 7).

BERNAYS, Edward. 2008. « La propagande et l'autorité politique » (chap. 6), dans *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie* (1928), Montréal, Lux Éditeur, 130 pages (plus 25 pages de présentation de Normand Baillargeon: I à XXV), pages 71 à 89.

BLONDIAUX, Loïc ; SINTOMER, Yves. 2002. « L'impératif délibératif », dans *Politix*, vol.15, No 57, pp.17-35.

BLONDIAUX, Loïc. 2003. « L'opinion publique », dans *La communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives*, (dir. Anne-Marie Gingras) Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 295 pages, pages 137 à 158.

BOUGNOUX, Daniel. 1994. « Médias, démocratie et droit de réponse », dans *La responsabilité. La condition de notre humanité*, Paris, Les Éditions Autrement, série Morales, 287 pages, pages 182 à 197.

BOURDIEU, Pierre. Janvier 1973. « L'opinion publique n'existe pas », dans *Les Temps modernes*, no 318, pages 1292 à 1309.

BOURDIEU, Pierre. 1996. *Sur la télévision. Suivi de l'Emprise du journalisme*, Paris, Raison d'Agir, 95 pages, pages 5 à 78.

BOORSTIN, Daniel J. 2012. « De la collecte des informations à la fabrication des nouvelles : un flot de pseudoévénements » (chap.1), dans *Le triomphe de l'image*, Lux Éditeur, 334 pages, pages 31 à 77.

CHAVALARIAS, David (2022). *Toxic data*. Paris, Flammarion.

CHEVRIER, Marc. 2012. « La société du spectacle radio-canadienne », dans *La télévision de Radio-Canada et l'évolution de la conscience politique au Québec* (dir. Denis Monière et Florian Sauvageau), Les Presses de l'Université Laval, 220 pages, pages 105 à 118.

- CHOMSKY, Noam. 2008. « Un modèle de propagande », dans *La fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, Marseille, Contre-feux Agone, 653 pages, pages 25 à 110.
- DAVID, Bruno. 2004. « Guerre en Irak et journalisme réflexif », dans *Armes de communication massive. Information de guerre en Irak : 1991-2003*, (dir. Jean-Marie Charron et Arnaud Mercier), Paris, CNRS Communication, CNRS Édition, 274 pages, pages 114 à 121.
- ELLUL, Jacques (1962). « Les conditions d'existence de la propagande » (chap. 2), dans *Propagandes*, Paris, Économica, collection classiques des sciences sociales, 361 pages, pages 107 à 137
- ELLUL, Jacques (2008) (première édition 1962). *Propagandes*, Paris, Economica, 361p, pp.105-136
- GERSTÉ, Jacques. 2004. « Un espace public modernisé », dans *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 297 pages, pages 41 à 85.
- GINGRAS, Anne-Marie. 2006 « *Les médias et les pouvoirs politiques* » (chap. 2), dans *Médias et démocratie, le grand malentendu*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université du Québec, 287 pages, pages 53 à 100.
- GINGRAS, Anne-Marie. 2006 « *Les médias et les pouvoirs économiques* » (chap. 3), dans *Médias et démocratie, le grand malentendu*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université du Québec, pages, 287 pages 101-164.
- Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec (Dominique Payette, dir. 2011), *L'information au Québec, un intérêt public*, Québec, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec, 132 pages.
- Site :http://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx_lesecrits_pi1%5Becrit%5D=592&cHash=10a75996d801a5fb86c6a10b2fe460ac
- GUSSE, Isabelle. 2006. « Diversité et indépendance des médias : une question de démocratie », dans *Diversité et indépendance des médias* (dir. Isabelle Gusse), Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 291 pages 11 à 53.
- GUSSE, Isabelle. 2012. « Cinéma américain, communication politique et information », dans *Canadian Review of American Studies*, volume 42, no 2, University of Toronto Press, pages 164 à 193.
- GUSSE, Isabelle. 2013. *L'armée canadienne vous parle. Communication et propagandes gouvernementales*, Les Presses de l'Université de Montréal, 296 pages.
- HABERMAS, Jurgen.1988. « Évolution des fonctions politiques de la sphère publique », dans *L'espace public archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 324 pages, pages 189 à 245.
- HU, Margaret. (2020). Cambridge Analytica's black box. *Big Data & Society*. Juillet-août, pp.1-6
<https://doi.org/10.1177/2053951720938091>
- LAMARQUE, Patrick. 1993. « La communication dans la société du spectacle », dans *Les désordres du sens. Alerte sur les médias, les entreprises, la vie publique*, Paris, Éditions ESF, Collection Communication et Complexité, 286 pages, pages 21 à 48.

- LAMY, Guillaume (2018). « Think et politiques publiques: la relation des élus avec l'IRIS et l'IEDM à l'Assemblée nationale du Québec » dans Jérôme Couture et Steve Jacobs (dir.), *Démocratie et politiques publiques*, Québec, Presses de l'Université Laval, pp.239- 254
- MAAREK, Philippe. 2001. « Les principales étapes de la démarche du marketing politique » (chap.2, section 2), dans *Communication et marketing de l'homme politique*, pages, 394 pages, pages 55 à 104.
- MANIN, Bernard. 1995. « Métamorphoses du gouvernement représentatif » (chap..6), dans *Principes du gouvernement représentatif*, Champs. Flammarion, 319 pages, pages 247 à 303.
- MILNER, Henry. 2004. « Compétences civiques et médias », dans *La compétence civique. Comment les citoyens informés contribuent au bon fonctionnement de la démocratie*, Les Presses de l'Université Laval, 402 pages, pages 151 à 174 (chapitre 7).
- RABOY, Marc. 1996. « Éclipse de la radiodiffusion publique, 1980-1988 », dans *Occasions ratées : Histoire de la politique canadienne de radiodiffusion*, Liber, Presses de l'Université Laval, 569 pages, pages 367 à 459.
- RABOY, Marc. 1996. « Conclusion. Les politiques, le public et l'État : les leçons de l'expérience canadienne », dans *Occasions ratées : Histoire de la politique canadienne de radiodiffusion*, Liber, Presses de l'Université Laval, 569 pages, pages 461 à 490.
- RAMONET, Ignacio. 1999. « Messianisme médiatique », dans *La tyrannie de la communication*, Paris, Éditions Galilée, 201 pages, pages 9 à 32.
- SÉNÉCAL, Michel. 1995. « Liberté d'expression et démocratisation des médias » (chapitre 1), dans *L'espace médiatique. Les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal, Liber, 255 pages, pages 23 à 45.
- SAINT-JEAN, Armande. 2002. « Pratiques professionnelles et préoccupations déontologiques » (chapitre 7), dans *Éthique de l'information. Fondements et pratiques au Québec depuis 1960*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 299 pages, pages 229 à 265.
- SÉNÉCAL, Michel. 1995. *L'espace médiatique : les communications à l'épreuve de la démocratie*, Montréal, Liber, 254 pages, pp.23-45
- STAUBER, John et Sheldon RAMPTON (2004). « II. Art de l'arnaque et science de la propagande », *L'industrie du mensonge : lobbying, communication, publicité et médias*, Marseille, Agone, pp.31-45.
- TREMBLAY, Gaétan. 1991. « L'opinion publique », dans *Communication publique et société*, Québec, Gaétan Morin éditeur, 403 pages, pages 149 à 181.
- WOLTON, Dominique. 1998. « Les contradictions de la communication politique », dans *La communication. État des savoirs*, Paris, Éditions Sciences humaines, 462 pages, pages 343 à 361.
- WOOLEY, Samuel C. et Philip N. Howard (2018). *Computational Propaganda : Political Parties, Politicians, and the Political Manipulation on Social Media*. Oxford University Press, pp.1-18
- YATES, Stéphanie et Michel BEAUCHAMP (2008). « Lobbyistes et législation sur le lobbyisme : que nous apprend la récente expérience québécoise? », *Canadian Public Administration/Administration publique du Canada*, Vol. 51, No.2, pp.291-316

Rappel de règlements pédagogiques

Veillez prendre note que le trimestre se termine le 23 décembre 2022 (incluant la période des examens). Aucune demande d'examen différé ne sera acceptée sans motif valable. Nous entendons par motif valable, un motif indépendant de la volonté de l'étudiant, tel que la force majeure, le cas fortuit ou une maladie attestée par un certificat de médecin.

Absence à un examen :

L'étudiant-e doit motiver, en remplissant le formulaire disponible dans le Centre étudiant, toute absence à une évaluation ou à un cours faisant l'objet d'une évaluation continue dès qu'il est en mesure de constater qu'il ne pourra être présent-e à une évaluation et fournir les pièces justificatives **dans les sept jours suivants l'absence.**

Délais pour la remise d'un travail :

L'étudiant-e doit motiver, en remplissant le formulaire disponible dans le Centre étudiant, toute demande de délai pour la remise d'un travail dès qu'il est en mesure de constater qu'il ne pourra remettre à temps le travail et fournir les pièces justificatives.

La pénalité imposée pour les retards dans la remise des travaux est de 10 points de pourcentage par jour. Cette pénalité est calculée en déduisant 10 points de pourcentage à la note obtenue pour le travail en question. À noter, il s'agit de la politique « par défaut » du Département; les enseignants sont libres d'imposer une pénalité plus élevée s'ils le désirent.

La prévention du plagiat

Le Département porte une attention toute particulière à la lutte contre le plagiat, le copiage ou la fraude lors des examens. Le plagiat consiste à utiliser de façon totale ou partielle, littérale ou déguisée le texte d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans indication de référence à l'occasion d'un travail, d'un examen ou d'une activité faisant l'objet d'une évaluation. Cette fraude est lourdement sanctionnée.

Tous les étudiants sont invités à consulter le site web <http://www.integrite.umontreal.ca/> et à prendre connaissance du *Règlement disciplinaire sur le plagiat ou la fraude concernant les étudiants*. **Plagier peut entraîner un échec, la suspension ou le renvoi de l'Université.**

La discrimination et le harcèlement, y compris à caractère sexuel

Il incombe à chaque membre de la communauté universitaire de se conduire avec respect en tout temps envers tout le monde. En particulier, le Département de science politique de l'Université de Montréal s'engage à créer un milieu accueillant et sécuritaire pour toutes et tous, quelle que soit leur identité.

Les documents suivants ont des démarches pratiques à suivre :

Si vous pensez que vous vivez du harcèlement : <https://respect.umontreal.ca/obtenir-de-laide/vous-vivez-une-situation-difficile/>

Si on s'est confié à vous ou si vous êtes témoin de harcèlement : <https://respect.umontreal.ca/obtenir-de-laide/vous-avez-ete-temoin-dune-situation/>

Pour toute autre question, veuillez consulter le site du Bureau du respect de la personne : <https://respect.umontreal.ca/accueil/>

Bibliothécaire et règles bibliographiques

N'hésitez pas à profiter des services de Mathieu Thomas, bibliothécaire disciplinaire spécialisé en science politique. Vous pouvez le rejoindre à son bureau (local 3095 de la Bibliothèque des lettres et sciences humaines, Pavillon Samuel-Bronfman) ou lui envoyer un courriel (m.thomas@umontreal.ca). M. Thomas met aussi à la disposition des étudiants un [Guide internet](#), point de départ idéal pour toute recherche documentaire en science politique.

Tout travail remis dans le cadre de ce cours doit respecter les règles bibliographiques du [Style Chicago \(méthode Auteur-Date\)](#). Pour les règles relatives à la présentation matérielle (numérotation des pages, police de caractères, etc.), se référer au document *Exigences matérielles des travaux*, disponible sur la page d'accueil du [Guide ScPo](#).

Besoin d'écoute? Situation de détresse?

Comme étudiant vous pouvez faire appel à plusieurs lignes d'écoute ou d'urgence.

Tous les liens sont rassemblés sur cette page : <https://toutlemondeadesbas.ca/>

Les étudiants ont accès à un [service 24 heures/7 jours](#) offert par l'Alliance pour la santé étudiante au Québec. Le numéro est le suivant : 1-833-851-1363.

Vous pouvez aussi faire appel à une sentinelle. La sentinelle est un.e employé.e de l'UdeM, formé.e et disponible pour vous accueillir, vous écouter et vous orienter vers les bonnes ressources. Son accueil est spontané, respectueux et strictement confidentiel. Le service est offert en plusieurs langues.

Bottin des sentinelles : <http://cscp.umontreal.ca/activiteprevention/sentinelle.htm>