



Sous la direction de Anne-Marie Gingras

2018 | 392 pages

978-2-7605-5047-6 **46,00 \$** PAPIER

HISTOIRES DE COMMUNICATION POLITIQUE

Pratiques et état des savoirs

Histoires de communication politique est le premier ouvrage en français qui utilise à la fois l'analyse sociopolitique et la dimension communicationnelle pour comprendre des événements historiques constitutifs des rapports de pouvoir, et ce, du XIX^e siècle à nos jours. Les multiples histoires politiques présentées ici traitent de phénomènes comme la recherche de soutien populaire en temps d'élection ou de guerre, la persuasion, le déséquilibre mondial de l'information, le développement des technologies de communication, l'intérêt pour les mégadonnées et l'institutionnalisation des pratiques de communication.

Les dix premières études portent sur les méthodes et les pratiques utilisées par les acteurs politiques pour promouvoir leurs idées et leur image. Allant de Jackson à Trump en passant par Coolidge, Roosevelt, Kennedy, Nixon, Obama, Hitler et Duplessis, ces analyses présentent les contextes sociaux, institutionnels et partisans illustrant et expliquant la manière dont se mettent en place les dispositifs de communication. Certains chapitres portent un regard en « gros plan » sur les événements (comme celui sur la trudeumanie en 1968), tandis que d'autres, en « plan général », embrassent plusieurs décennies (comme celui sur les fuites en politique étrangère américaine).

Les histoires politiques présentées ici ne sauraient épuiser notre compréhension de la communication politique. Aussi, les sept chapitres suivants font le point sur l'état des savoirs dans divers domaines : opinion publique, communication interpersonnelle, marketing, communication électorale, représentation médiatique des femmes en politique et des autochtones au Canada, etc.

Cet ouvrage intéressera tant les étudiants universitaires que les chercheurs, les journalistes et autres communicants.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction

1. Les campagnes électorales américaines au XIX^e siècle: admiration et identification au cœur des stratégies de personnalisation
2. Une histoire contextuelle du marketing politique
3. L'adoption et l'instrumentalisation des technologies de communication pendant les Deux Guerres mondiales. Le cas de l'Allemagne (1914-1945)
4. Du *Bully Pulpit* à @POTUS: l'évolution des communications de la présidence américaine depuis Theodore Roosevelt
5. «Duplessis donne à sa province» des pratiques de communication électorale modernes: quand, comment et pourquoi?
6. La guerre comme opération de relations publiques
7. La pensée et l'image publique de Pierre Elliott Trudeau (1968-1970)
8. Des *Pentagon Papers* à WikiLeaks: les fuites comme moyen de communication
9. Le déséquilibre mondial de l'information, 40 ans après la Commission MacBride
10. «Faire l'Histoire» aujourd'hui: défis de l'allocution publique face à l'évolution des pratiques de communication politique
11. Le moment Chateaubriand. Le gouvernement de l'opinion publique dans la France postrévolutionnaire
12. Le charme discret de la bourgeoisie. Jürgen Habermas et les origines de l'«espace public»
13. La communication interpersonnelle et la socialisation politique. De l'école de Columbia à l'ère Facebook
14. Histoires de campagnes: l'évolution des études sur la communication électorale au Canada
15. Données, ciblage et positionnement. Les grands axes de la production scientifique sur les pratiques de marketing politique
16. La représentation médiatique des femmes politiques canadiennes et américaines: bilan critique de la recherche 1980-2016
17. Les représentations médiatiques des peuples autochtones au Canada, de la Confédération à nos jours

AUTEURE

ANNE-MARIE GINGRAS est professeure titulaire au Département de science politique de l'Université du Québec à Montréal et a été auparavant professeure à l'Université Laval. Elle a rédigé ou dirigé plusieurs ouvrages, dont *Médias et démocratie. Le grand malentendu* (1999, 2006, 2009), *La communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives* (2003) et *Genre et politique dans la presse en France et au Canada* (2014).

Avec la collaboration de Frédéric Bastien, Marc Chevrier, Christophe Cloutier-Roy, Jean-Charles Del Duchetto, Philippe Duguay, Émilie Foster, Thierry Giasson, Anne-Marie Gingras, Allison Harell, Alexis Hudelot, Quentin Janel, Alain Lavigne, Ndiaga Loum, Chantal Maillé, Catherine Ouellet, Karine Prémont, Augustin Simard, Jeanne Strasbourg et Olivier Turbide.

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec



Distribution

Canada: Prologue inc.

Belgique: SOFEDIS / SODIS

France: SOFEDIS / SODIS

Suisse: Servidis SA



418 657-4399

puq@puq.ca

Plus de
1 600 livres
à feuilleter



Presses
de l'Université
du Québec

PUQ.CA