

La Communication Politique Science Politique

Les élections politiques représentent désormais une rencontre entre une offre (des candidats), des programmes et une demande (les attentes du citoyen) comme toute situation de marché. A ceci près, qu'elles sont de par leur nature (liée au pouvoir), associées de manière visible, aux deux taux du marketing : la séduction et la destruction. La séduction est tournée bien évidemment envers les cibles électrices jugées les plus pertinentes dans la conquête ou la conservation du pouvoir. La destruction concerne les offres concurrentes qu'il faut savoir tour à tour, minimiser, ridiculiser, combattre. Orienté vers la recherche académique, cet ouvrage collectif présente les connaissances actuelles en marketing et communication politiques. Il a pour vocation d'offrir une grille de lecture pluridisciplinaire des grands rendez-vous électoraux qui jalonnent la vie des démocraties. En analysant les outils du marketing et de la communication politiques, il permet d'apprécier plus précisément les stratégies adoptées par les différents acteurs de la compétition électorale. La lecture de l'ouvrage permet de comprendre toute la profondeur et les particularités du marketing politique, ainsi que la difficulté d'une mise en oeuvre efficace. Chaque chapitre correspond à un focus sur une question essentielle du marketing politique : le panorama des idéologies politiques modernes ; les stratégies de persuasion électorale ; la fonction et les mesures de l'opinion publique ; le e-marketing politique. Rédigé par des enseignants-chercheurs spécialistes du domaine, ce livre allie pédagogie et académisme. Il représente un décryptage indispensable du monde politique à l'usage de tout professionnel, étudiant liés aux questions du marketing, de la science politique, de la communication, voire de tout citoyen.

La place de la communication sur la scène politique et dans les affaires publiques est cruciale. Chaque responsable politique dispose d'ailleurs de conseillers pour organiser ses contacts avec les citoyens et les médias. Il en est de même pour la gestion des grands dossiers préparés en amont de la décision politique et sur lesquels des lobbyistes tentent d'influer en faveur des intérêts qu'ils défendent. L'objectif de cet ouvrage est de croiser les deux axes de cette communication publique attachée à la défense d'intérêts tantôt collectifs, tantôt partisans. La première partie présente les enjeux liés aux transformations contemporaines de la communication politique, dont les formes et les usages ont considérablement évolué sous l'influence des médias de masse et d'Internet, notamment par l'usage des sites web, des blogs ou des réseaux sociaux. La deuxième partie est consacrée au lobbying développé auprès des instances de décision politique. Il s'agit de mieux décrire ce type d'activité souvent connoté péjorativement, d'en comprendre les modes de fonctionnement, mais aussi le rôle social dans des systèmes de décision politique qui opèrent souvent par équilibre entre diverses positions antagonistes. Les deux faces de l'interaction sont ainsi prises en compte : d'une part, les relations entre le politique et les citoyens, d'autre part celles entre les groupes d'intérêts et les décideurs politiques. Cet ouvrage s'adresse aux étudiants en communication, en science politique, en affaires publiques et en marketing.

Que faire pour demeurer crédible dans une société où le dire et le faire politico-diplomatiques sont continuellement mis en cause ?

Comment sortir de l'écueil de la communication manipulatrice et mensongère ? Comment échapper aux conditionnements socioculturels et idéologiques qui emprisonnent la raison, la pensée ? Comment interagir sans complexe, dans la diplomatie, sur le même pied d'égalité ? Ce sont là quelques préoccupations majeures à la base des réflexions contenues dans ce livre. Cet ouvrage est une initiation aux conditions et modalités de production des connaissances scientifiques sur les objets politiques. Il présente et discute les principales notions, théories, approches, méthodes, postures et obstacles auxquels se heurte toute investigation scientifique, ainsi que les écueils à éviter. L'approche consiste à associer la théorie et l'empirie en mobilisant conjointement des outils analytiques abstraits et des éléments factuels tirés de l'observation des faits passés ou contemporains, d'ici et d'ailleurs, structurels et conjoncturels.

The Oxford Handbook of French Politics provides a comprehensive and comparative overview of the French political system through the lens of political science. The Handbook is organized into three parts: the first part identifies foundational concepts for the French case, including chapters on republicanism and social welfare; the second part focuses on thematic large-scale processes, such as identity, governance, and globalization; while the third part examines a wide range of issues relating to substantive politics and policy, among which are chapters on political representation, political culture, social movements, economic policy, gender policy, and defense and security policy. The volume brings together established and emerging scholars and seeks to examine the French political system from a comparative perspective. The contributors provide a state-of-the-art review both of the comparative scholarly literature and the study of the French case, making The Oxford Handbook of French Politics an invaluable resource for anyone interested in the foundations of contemporary political life in France.

Cet ouvrage couvre les horizons de la sociologie politique et la dévoile dans ses différentes dimensions et extensions. Il s'articule autour des axes suivants : l'analyse du pouvoir politique ; les idéologies et les régimes politiques ; l'espace public de communication pour le pouvoir et la démocratie ; l'Etat, la vie sociale, les conflits et la géopolitique.

Bien que s'établissant autour d'un objet commun, à savoir la politique, le lien permanent mais fluctuant entre actualité et science politique pose de nombreuses questions tant les enjeux concernés et les défis sont importants. Les frontières entre ces trois mondes – politologique, journalistique et politique – sont aujourd'hui devenues floues et il devient difficile de démêler les intérêts des différents acteurs et les logiques à l'œuvre dans cet espace interpénétré. Cet ouvrage reprend les riches enseignements qui ont pu se dégager du congrès de l'ABSP-CF en 2008 à Louvain-la-Neuve auquel participaient de nombreux politologues et spécialistes des sciences de la communication et de l'information, et tente de répondre aux nombreuses interrogations posées par ce lien entre la science politique contemporaine et l'actualité et partagées par tous les domaines de la discipline, des politiques publiques aux relations internationales en passant par les études sur le genre ou le discours. (couv.)

L'édition originale de cet ouvrage contient un cahier photos hors-texte de 8 pages en couleur, non repris dans la présente édition numérique. Qu'elle soit le fruit d'un instinct politique sûr ou le résultat d'un travail systématique et acharné, la persuasion collective joue un rôle central en politique. Premier manuel avancé de communication politique en français, cet ouvrage permet de situer la communication politique et de faire

le point sur le dernier maillon de l'échange, l'auditoire.

Concevoir et analyser la communication comme lieu d'observation des transformations du politique et de l'action publique, en saisissant un double phénomène : ce que le politique fait à la communication et ce que la communication fait au politique. Tel est le propos de cet ouvrage collectif qui réunit des contributions de spécialistes du sujet en science politique ou en sciences de l'information et de la communication. Les auteurs interrogent le travail de légitimation des décisions politiques sous l'angle de la « communication publique ». Cette dernière est aujourd'hui une activité fortement intégrée dans les différentes institutions du pouvoir politique, avec ses équipes de professionnels diplômés et expérimentés, avec aussi des moyens et des compétences à la fois distincts et aujourd'hui pleinement reconnus comme partie prenante du travail politique. La « communication publique » compte aussi ses acteurs-promoteurs qui, à titre personnel ou au nom des associations professionnelles du secteur, tendent à en imposer une définition fonctionnaliste. Portée par l'exigence d'information des citoyens (« publics », « usagers », « administrés », « ressortissants »), cette activité serait ainsi indemne de tout calcul ou intérêt politique. Contre cette définition « indigène », les contributions proposées dans cet ouvrage analysent l'espace professionnel de la communication politique institutionnelle comme un « monde » multiple, hiérarchisé, traversé de tensions et concurrences diverses et, articulé à d'autres mondes (médias, lobbys, défenseurs de causes, experts, etc.) investis dans les affaires publiques. À partir de situations concrètes étudiées au plus près des acteurs, les auteurs réunis ici mettent au jour les rapports institués et négociés mais aussi les interdépendances qui se nouent entre ces mondes. Au-delà de leurs spécificités sociales et historiques, ces situations donnent à voir l'agencement des univers de discours, de pratiques et de relations où se produit la « communication publique ». Il en ressort que la compréhension du travail de légitimation de l'action publique ne peut désormais faire l'économie d'une approche empirique et pluridisciplinaire, également attentive à la sociologie des acteurs et à l'analyse des pratiques discursives ou sémiotiques, tant les manières de faire des acteurs sont indissociables des discours qui les fondent.

Cette nouvelle édition considérablement augmentée et mise à jour du Dictionnaire de la science politique et des institutions politiques couvre deux domaines distincts, la théorie politique (ses concepts, ses méthodes), et la pratique, inscrite dans les institutions politiques et dans l'exercice du pouvoir. Ce dictionnaire traite en priorité de la France et des pays francophones, tout en s'efforçant d'élargir le champ de la comparaison à la dimension européenne et même mondiale. Cette 8e édition s'enrichit de nouvelles entrées : Kleptocratie, Théorie Queer, Gentry, Organisations internationales, Empowerment...

La communication a aujourd'hui colonisé la vie politique. Cette activité longtemps méprisée, assimilée à de la " propagande ", importée non sans peine ni résistance des États-Unis, est devenue banale dans l'ensemble des démocraties et parfois au-delà. Cet ouvrage se propose de restituer les enjeux anthropologiques et historiques de la communication politique, phénomène ancien puisque consubstantiel à toute activité de représentation politique. L'ouvrage s'interroge également sur l'essor et l'autonomisation des professionnels de la communication politique, liés aussi bien au développement de l'industrie des sondages qu'aux mutations de la presse audiovisuelle et au développement d'Internet. Il dresse l'inventaire des travaux français mais également anglo-saxons consacrés aux " effets " et aux réceptions des actes de communication. Enfin, il examine l'éventuel impact de la communication politique sur les mutations de l'espace public ainsi que sur l'évolution du jeu et du métier politiques.

Présentation de tous les 3e cycles préparés en France, les Masters recherche ou professionnel, MS, DRT ou MBA, qui aide l'étudiant à faire son choix parmi les formations offertes après un bac +4 ou un bac +5 et lui donne toutes les pistes pour réussir son admission. Intègre les fusions issues de la réforme LMD.

"Les études sur le genre, qui ont connu un essor important depuis les années 1970, offrent de nouvelles clés pour appréhender les disciplines traditionnelles. Alors que la science politique se montre plus rétive que d'autres à la prise en compte des perspectives du genre, l'objet de cet ouvrage est de révéler leurs apports décisifs à l'analyse du politique. Les notices de ce dictionnaire pionnier recensent les concepts, théories et objets canoniques de la science politique (citoyenneté, libéralisme, administration, partis politiques, mondialisation, etc.) en montrant le rôle central du genre dans leur genèse et leur maturation. Elles révèlent aussi le fonctionnement des inégalités entre les femmes et les hommes dans les partis, les assemblées, et la manière dont se fabrique et s'exprime le rapport entre les sexes dans les discours et les comportements politiques. Enfin, elles présentent les nouveaux concepts forgés par les spécialistes du genre (care, féminisme d'État, intersectionnalité, etc.). Écrit dans une langue claire et accessible, fort d'une approche comparative entre études anglophones et francophones et d'une vaste bibliographie constituant un outil de référence indispensable, cet ouvrage tire aussi sa richesse de la contribution de plus de 50 spécialistes de différentes générations, qu'il s'agisse d'auteur.e.s qui ont créé des concepts ou mené les premières enquêtes sur le genre en politique, ou de jeunes chercheur.e.s qui les utilisent et les font vivre aujourd'hui. Il intéressera particulièrement les étudiant.e.s, enseignant.e.s et chercheur.e.s. souhaitant accéder à une connaissance précise et pédagogique des apports des travaux sur le genre à la science politique comme à ses disciplines connexes, sociologie, histoire, anthropologie."

Dans un contexte médiatique hybride, où cohabitent les médias traditionnels et numériques, l'accélération du rythme de production et de diffusion de l'information impose une forte pression sur les gouvernements aux prises avec une crise politique. Pour arriver à coordonner leurs messages et à imposer des cadres d'interprétation, les partis politiques québécois au pouvoir opèrent depuis 15 ans une centralisation de la gestion stratégique de leurs communications. Cette transformation de la communication gouvernementale, désormais ancrée dans un esprit de campagne permanente et pilotée par le Bureau du premier ministre au sein du ministère du Conseil exécutif, vise, entre autres, à mieux gérer les crises en recourant aux ressources de l'administration publique. Les auteurs du présent ouvrage se demandent si, dans ce contexte médiatique où domine la pression de l'instantanéité de l'information, il est toujours judicieux pour un gouvernement de réagir rapidement à une crise communicationnelle. Ils analysent trois cas de gestion de crises gouvernementales qui ont été largement médiatisées et qui ont marqué les dernières années au Québec : l'adoption de la loi 78 dans le cadre du conflit étudiant de 2012, le déraillement ferroviaire de Lac-Mégantic en 2013, et les événements menant à la démission de l'ancien ministre Yves Bolduc en 2015. Ce livre montre que la centralisation des opérations communicationnelles ne permet pas d'endiguer tous les types de crises gouvernementales et révèle également une participation asymétrique de l'administration publique lorsqu'une crise ébranle un gouvernement. Véronique Prince détient une maîtrise en science politique de l'Université Laval. Journaliste depuis 15 ans, elle est correspondante parlementaire à l'Assemblée nationale du Québec depuis 2013. Elle s'est jointe en 2017 au bureau de la Société Radio-Canada de l'Assemblée nationale et a assumé en 2018-2019 la présidence de la Tribune de la presse du Parlement du Québec. Thierry Giasson est professeur titulaire et directeur du Département de science politique de l'Université Laval. Il est le chercheur principal du Groupe de recherche en communication politique et membre du Centre pour l'étude de la citoyenneté démocratique. Ses recherches portent sur les modes numériques de communication politique, les transformations du journalisme, l'amplification médiatique et l'incidence des pratiques de marketing politique et électoral sur la vie démocratique.

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 XIXe 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.

Parmi les domaines du politique, l'imaginaire est un champ trop souvent négligé, alors qu'il est un élément essentiel de la construction des identités politiques et de la formation des consciences politiques. Cet ouvrage propose une analyse de l'imaginaire, considéré comme un principe d'explication du monde exprimé en particulier par les mythes et les idéologies. Les différentes significations de l'imaginaire politique s'inscrivent dans des engagements et dans des pratiques de pouvoir dont les spécificités historiques et culturelles contribuent à structurer les espaces publics. Pour tenter de comprendre l'imaginaire et de lui donner du sens, L'imaginaire politique présente des méthodes d'approche fondées sur la sémiotique et sur l'analyse des discours et des images des acteurs politiques et des médias. Il expose la place qu'occupent dans le débat public et dans les pratiques politiques l'utopie, la peur et les autres formes de l'imaginaire politique.

Le citoyen d'aujourd'hui est sollicité en permanence par les efforts de séduction de la communication politique. Roland Cayrol, que ses fonctions placent au centre du concert médiatique, se propose ici de vendre la mèche, c'est-à-dire d'expliquer comment les hommes politiques essaient de nous convaincre. Il scrute les techniques, les méthodes et les idées de cette nouvelle communication politique, fondée sur les sondages, la télévision et le marketing. Il analyse la façon dont l'électeur est influencé, et quels sont ses moyens de résistance aux mass media. Il observe combien cet usage mal maîtrisé des techniques modernes de la communication, risque d'aboutir à un rétrécissement du débat politique, au profit des formes les plus appauvries de l'univers du show-business.

La nouvelle édition de cet ouvrage intègre les connaissances les plus récentes issues d'une littérature académique particulièrement foisonnante. Toutes deux disruptives, les campagnes présidentielles américaine de 2016 et française de 2017 font l'objet de développements particuliers. Une nouvelle partie est consacrée spécifiquement à la digitalisation de la communication politique et fait le point sur ses conséquences réelles, assez éloignées des mythes souvent véhiculés par les acteurs et les commentateurs du jeu politique.

- Des leçons détaillées, des repères incontournables et des compléments pour gagner des points - Des sujets corrigés, classiques ou difficiles, pour s'entraîner avant l'examen ou le concours - Un questionnaire de 100 QCM pour faire le point sur ses connaissances - Une sélection de lectures pour aller plus loin - Un index

Cet Essentiel offre un large panorama permettant de comprendre les nouvelles formes et les enjeux de la communication politique contemporaine. Qu'en est-il aujourd'hui des connivences entre les mondes de la communication, des médias et de la politique ? Quels effets produisent les excès de la communication politique, lorsqu'on analyse les cas emblématiques de Silvio Berlusconi et Donald Trump ? Quel poids réel peuvent avoir l'internet et les réseaux socionumériques en contexte électoral ou dans un cadre insurrectionnel comme lors des « printemps arabes » ? Il s'agit dans cet ouvrage de dévoiler la crise du tout-marketing politique et l'urgence de penser autrement la communication politique, en identifiant ses contradictions et les menaces qui planent sur nos démocraties dans le cadre d'une guerre de l'information désormais ouverte. Menaces omniprésentes lors de l'élection présidentielle américaine puis française, où mensonges, rumeurs, « fake news » et attaques personnelles d'une rare bassesse ont proliféré sur les réseaux sociaux.

Nous étions accoutumés, depuis plus d'un demi-siècle, à la colonisation du social par le politique. Ce volume, dernier élément d'une réflexion sur la science politique, tente d'identifier quelques aspects de cette rébellion du social qui

caractérise, selon l'auteur, les dernières décennies. « Copyright Electre »

Du fait d'une faible participation de l'électorat et du peu d'importance qu'on leur accorde, les élections au Parlement européen sont souvent qualifiées d'élections de "second ordre". Mais en 2014, les succès à cette élection des partis antigouvernementaux, dont les résultats restaient en général sans lendemain, marquent cette fois une tendance politique durable, caractérisée par une violence inhabituelle envers l'Union Européenne et des idées nationalistes souvent empreintes de populisme.

Cet ouvrage montre comment la communication politique a subi l'influence des préceptes du Prince, ceci même si l'œuvre de Machiavel n'a pas toujours été lue. Néanmoins, l'étrange familiarité qui lie Machiavel au mal, dans sa pensée politique, semble relever d'une nécessité qui souvent commande les rapports gouvernants-gouvernés. Ce lien entre Machiavel et les politiques modernes se lit surtout à travers l'évocation d'une expression propre au pouvoir et que dissimule le politique grâce aux médias, ce qui décrit un nouveau rapport entre pouvoir et presse.

La question des media alimente une tradition de recherche bien établie dans la sociologie de la communication. Mais analyser les effets d'information en politique, c'est aussi montrer le travail politique de l'information sur les connaissances et les représentations à l'œuvre dans l'espace public. C'est l'objectif de cet ouvrage qui réunit les observations sur le traitement et l'impact de l'information dans des domaines le plus souvent séparés: les mobilisations, la formation de l'agenda politique, les politiques publiques et les préférences politiques.

Cet ouvrage interroge la communication des collectivités territoriales en prenant le soin de croiser sociologie des professions et sociologie des institutions sous l'angle de la politisation. L'analyse révèle ce que signifie concrètement reformuler son rapport au politique pour des professionnels soumis à l'idéologie managériale. Croiser les approches permet aussi de désenclaver le sujet en l'articulant aux logiques du métier politique.

Chaque élection attire le regard des citoyens sur la communication politique. Révélée au grand public par Jacques Séguéla et ses campagnes pour François Mitterrand, la communication politique est détestée par les uns, idolâtrée par les autres, mais aujourd'hui incontournable dans le jeu électoral de nos démocraties. Cet état de fait engendre la nécessité de réfléchir, de penser la communication politique en s'interrogeant sur sa conception, sa mise en oeuvre, son efficacité. Orientée vers la recherche académique, cette deuxième édition est enrichie d'un nouveau chapitre portant sur les systèmes électoraux et partisans de huit grandes démocraties. Elle a pour vocation d'offrir une grille de lecture pluridisciplinaire des grands rendez-vous électoraux qui jalonnent la vie des démocraties. En analysant les outils du marketing et de la communication politique, elle permet d'apprécier plus précisément les stratégies adoptées par les différents acteurs de la compétition électorale. La lecture de l'ouvrage permet de comprendre toute la profondeur et les

particularités de cette discipline, ainsi que la difficulté d'une mise en oeuvre efficiente. Chaque chapitre correspond à un focus sur une question essentielle du marketing politique : • le panorama des idéologies politiques modernes ; • les systèmes politiques et partisans dans les démocraties ; • les stratégies de persuasion électorale ; • les mesures de l'opinion publique ; • le e-marketing politique. Rédigé par des enseignants-chercheurs spécialistes du domaine, ce livre allie pédagogie et académisme. Il représente un décryptage indispensable du monde politique à l'usage de tout communicant, voire de tout citoyen.

Cette nouvelle édition de l'ouvrage Sciences de l'information et de la communication s'adresse à tous ceux (étudiants, enseignants, praticiens) qui souhaitent mieux connaître ces sciences et leurs apports. Sont d'abord présentés les principaux objets sur lesquels portent les travaux de recherche actuels dans le domaine de l'informationcommunication. Les savoirs développés au sein de cette discipline font également l'objet de présentations synthétiques qui les rendent accessibles à un large public. Avec cet ouvrage, le lecteur dispose ainsi d'un vaste ensemble de contributions qui répondent à un double objectif : mettre à sa disposition tous les outils d'analyse nécessaires pour dépasser les préjugés ordinaires sur la communication ; comprendre le rôle qu'elle est amenée à jouer dans notre société. Ont contribué à cet ouvrage : Yanita Andonova (U. Paris 13), Christine Barats (U. Paris Descartes), Roger Bautier (U. Paris 13), Simone Bonnafous (UPEC), Robert Boure (U. Toulouse 3), Nicole D'Almeida (U. Paris 4 Sorbonne), Jean-Pierre Esquenazi (U. Lyon 3), Pascal Froissart (U. Paris 8), Michèle Gellereau (U. Lille 3), Jacques Le Bohec (U. Lumière Lyon 2), Guy Lochard (U. Paris 3 – Sorbonne Nouvelle), Jean-Paul Metzger (ENSSIB), Bernard Miège (U. Grenoble 3), Stéphane Olivesi (U. Versailles Saint-Quentin), Caroline Ollivier-Yaniv (UPEC), Isabelle Pailliant (U. Grenoble 3), Alice Krieg-Planque (UPEC), Roselyne Ringoot (IEP de Rennes), Denis Ruellan (U. Rennes 1), Jean-Claude Soulages (U. Lumière Lyon 2)

La politique est largement devenue affaire de communication naguère rejetée du côté des "procédés" peu avouables de conquête des électeurs, celle-ci apparaît aujourd'hui comme une exigence des citoyens. Après un rappel des grandes théories et approches qui ont structuré le domaine, cette 3e édition fournit les clés d'analyse et d'évaluation des stratégies de communication, en temps de campagne comme dans l'exercice du pouvoir.

Transition pour certains, rupture pour d'autres, l'envahissement du cyberspace dans nos vies soulève plusieurs questions. Cet ouvrage part du constat que nous vivons actuellement une véritable « cybérisation » individuelle et collective. Il expose les changements qu'apporte le cyberspace à l'étude et à la pratique des sciences sociales et de la science politique.

La politique est largement devenue affaire de communication. Naguère encore rejetée du côté des " procédés " peu

avouables de conquête des électeurs, celle-ci apparaît aujourd'hui comme une exigence des citoyens. Mais derrière ce succès apparent, son application à l'espace politique reste très problématique. Après un rappel des grandes théories et approches qui ont structuré le domaine, Jacques Gerstlé fournit les clés d'analyse et d'évaluation des stratégies de communication, en temps de campagne comme dans l'exercice du pouvoir. Entièrement mis à jour pour cette seconde édition, l'ouvrage étudie aussi les comportements des citoyens, ainsi que les perspectives de démocratisation de la communication. Il intéressera principalement tous les étudiants en sociologie, communication, sciences politiques, mais aussi tous ceux qui cherchent à comprendre les rapports entre communication et politique.

Effondrement des grands partis, recours aux primaires, élection présidentielle disruptive, formes inédites de mobilisation populaire... Le paysage politique traditionnel et le modèle démocratique ont connu d'importants changements ces dernières années, et ces phénomènes récents viennent interroger les acquis routinisés de la sociologie politique classique : le mouvement LREM a-t-il remis en question la définition "classique" des partis politiques ? En quoi la victoire d'Emmanuel Macron a-t-elle bouleversé les conceptions habituelles du champ politique, du vote et des logiques de carrières ? Que signifie l'émergence des mouvements sociaux comme "Nuits debout" ou les "Gilets jaunes" ? En quoi Internet a-t-il modifié la communication politique française ? En interrogeant ces nouveaux objets, cet ouvrage propose une nouvelle sociologie politique de la France qui vient articuler les outils théoriques des différentes approches sociologiques (sociologie de l'Etat, de l'action publique, des mobilisations...) à l'actualité la plus récente.

Ces conférences données devant l'Ecole doctorale de Science Politique de la Sorbonne se présentent sous le sceau de l'interdisciplinarité, et ceci à un double titre : d'une part, leurs auteurs viennent d'horizons divers, mais se rencontrent sur le terrain de la science politique, d'autre part, la question discutée est justement celle-là même du champ de cette science, et de ses méthodes. Les titres des conférences reflètent bien l'embarras que provoque une telle question. " Faut-il encore une anthropologie politique ? " se demande Georges Balandier, tandis que Jacques Le Goff s'interroge : " L'histoire politique existe t-elle ? ", que Bernard Voutat livre ses " Réflexions sur une discipline sans objet ", et que Pierre Ansart, en passionné de sciences sociales, sonde le politique avec ses " Questions de méthode ". Aussi bien, des concepts transversaux à plusieurs disciplines sont-ils souvent utilisés en science politique. Ainsi de la notion de réseau, de public, de civilité. Ils constituent des indices pratiques d'une interdisciplinarité en action, in process. Il en est de même des sous-disciplines " traversières ", telles que les " politiques publiques ", la " sociologie historique " ou la " communication politique ". Ce recueil de conférences destiné en premier lieu aux doctorants devrait pouvoir aider tous ceux qui sont pris dans un processus de thèse, et au-delà, tous ceux qu'intéressent les champs scientifiques émergents.

[Copyright: c5a347c6e7afb2f6ef99eebf5c0d4df2](#)