



TABLE DES MATIÈRES

Préface de Patrick Charaudeau	5
Introduction.....	7

Partie I

La communication politique

CHAPITRE 1

COMMUNICATION ET POLITIQUE

1. Politique et communication.....	14
2. L'évolution du rôle des médias	17
3. Un exemple: médias en Belgique, deux opinions publiques séparées ..	27

CHAPITRE 2

LE DISCOURS POLITIQUE.....

1. La parole politique.....	36
2. De l'argumentatif au narratif	42
<i>Un exemple: le déplacement médiatique du débat politique.....</i>	<i>46</i>

CHAPITRE 3

LE PERSONNAGE POLITIQUE.....

1. Personnage politique et <i>ethos</i>	54
2. La communication politique entre émotion et "peopelisation"	66
2.1 <i>La scène médiatique people</i>	68
2.2 <i>Personnage et identification</i>	71
2.3 <i>Politique et populaire</i>	73

CHAPITRE 4

LA SPECTACULARISATION DU POLITIQUE

1. La politique à la télévision.....	78
<i>Les évolutions de la télévision</i>	<i>81</i>

Communication politique et lobbying

- 2. Qu'est-ce que le spectaculaire?..... 86
- 3. L'exemple de la situation belge..... 91

CHAPITRE 5

COMMUNICATION POLITIQUE ET NOUVEAUX MÉDIAS... 99

- 1. La politique à l'heure d'internet..... 100
- 2. Blogs en campagne..... 105
- 3. Réseaux sociaux ou anciens médias 109

CHAPITRE 6

POLITIQUE, POPULISME ET EXTRÊME DROITE..... 115

- 1. Le populaire entre simplifications et exclusions..... 116
 - 1.1 *Les ambiguïtés du populaire*..... 120
 - 1.2 *Le glissement du populaire au populisme* 123
- 2. Comment parler de l'extrême droite?..... 126
 - 2.1 *Des différences entre médias francophones et flamands*..... 127
 - 2.2 *En parler, mais comment?* 131

Partie II *Le lobbying*

CHAPITRE 7

UN BREF HISTORIQUE DU LOBBYING 139

- 1. Intérêt général versus intérêts particuliers 140
- 2. Lobby = groupe d'intérêts = groupe de pression? 145
 - En quoi consiste réellement un lobby?* 146

CHAPITRE 8

LOBBYING ET DÉMOCRATIES MODERNES 153

- 1. Démocratie représentative: le lobbying officieux..... 154
- 2. Démocratie participative: la société civile organisée..... 155

CHAPITRE 9

L'INSTITUTIONNALISATION DU LOBBYING..... 161

- 1. L'encadrement du lobbying au sein des démocraties européennes.... 162
- 2. Un exemple parfait de démocratie participative? 164
- 3. Les difficultés du lobbying en Europe..... 170

CHAPITRE 10

LOBBIES ET ONG 175

- 1. L'Assemblée générale..... 176
- 2. Le Bureau exécutif..... 179
- 3. Le Secrétariat général 181
 - 3.1 *Siège et staff*..... 181
 - 3.2 *Tâches*..... 182

CHAPITRE 11

LE LOBBYISTE ÉLU 187

- 1. Qui envoyer à “Bruxelles”?..... 188
- 2. Les difficultés objectives 190
- 3. Et au niveau national/régional?..... 193

CHAPITRE 12

**LE LOBBYISTE PROFESSIONNEL
OU LE “CONSEILLER DU PRINCE”** 195

- 1. Le profil général 196
- 2. Un professionnel au service de l'industrie et des ONG..... 197

CHAPITRE 13

LE LOBBYING INTERNE 203

- 1. Culture, langue et intérêts nationaux 204
- 2. Élections de l'Exécutif et attributions des postes de responsabilité... 206
- 3. Révisions des statuts 207
- 4. Le conseiller politique en tant que lobbyiste interne..... 211

CHAPITRE 14

LES TECHNIQUES DU LOBBYING 219

- 1. La course de l'influence et de l'information..... 220
- 2. Le network building et ses limites éthiques 221
- 3. Le double jeu de l'influence..... 224
- 4. Les alliances stratégiques 226

Question en guise d'épilogue – Réglementer le lobbying?..... 229

Glossaire 231

Bibliographie..... 237

Index des auteurs cités 249