

# Table des matières

<b>Avant-propos</b> . . . . .	1
<b>Remerciements</b> . . . . .	7
<b>Introduction. En quête de formes sociocommunicationnelles.</b> . . . . .	9
<b>Partie 1. Formes technologiques</b> . . . . .	13
<b>Introduction de la partie 1</b> . . . . .	15
<b>Chapitre 1. Une communication politique 2.0 : approche comparative des usages électoraux de Twitter en France et au Québec</b> . . . . .	19
1.1. Question de recherche . . . . .	21
1.1.1. Démarche méthodologique . . . . .	22
1.1.2. Constitution du corpus . . . . .	22
1.1.3. Grille d'analyse . . . . .	23
1.2. Étude comparative des usages de Twitter en France et au Québec . . . . .	25
1.3. Portrait d'ensemble . . . . .	26
1.3.1. Usages de Twitter en France . . . . .	26

1.3.2. Usages de Twitter au Québec . . . . .	27
1.4. Analyse comparée des tweets selon leur fonction . . . . .	28
1.5. Interprétation des résultats. . . . .	31
1.5.1. Le cas du Québec . . . . .	31
1.5.2. Le cas de la France . . . . .	32
1.6. Conclusion . . . . .	33

**Chapitre 2. Une généalogie de la communication politique numérique. . . . . 35**

2.1. De l’essor d’Internet à un espace public élargi . . . . .	35
2.2. Internet : nouvel outil de communication politique . . . . .	36
2.3. Les utilisations politiques d’Internet . . . . .	39
2.3.1. Les utilisations politiques « institutionnelles ». . . . .	39
2.3.2. Les utilisations lors de campagnes électorales . . . . .	40
2.3.3. Les utilisations par les groupes de pression. . . . .	40
2.3.4. Les utilisations d’Internet par les politiciens français . . . . .	42
2.4. Démocratisation et engagement politique . . . . .	44
2.5. L’intention des nouveaux médias et d’Internet sur les consommateurs . . . . .	44
2.6. Conclusion . . . . .	45

**Chapitre 3. Deux campagnes de communication politweet : les élections présidentielle française et générale du Québec 2012. . . . . 49**

3.1. Twitter, outil de communication et de participation politiques ? . . . . .	52
3.1.1. Twitter et la communication politique : un passage obligé ? . . . . .	52
3.1.2. Analyse discursive des tweets électoraux et tentative de catégorisation . . . . .	56
3.2. Les tweets, nouveaux dispositifs de communication politique électorale : nature de leur apport, étendue de leur influence ? . . . . .	58
3.2.1. Constats initiaux . . . . .	58
3.2.2. Interprétation des données . . . . .	61
3.2.2.1. Parti québécois . . . . .	61
3.2.2.2. François Hollande . . . . .	63

---

<b>Chapitre 4. La twitt-politique : l'élection présidentielle française de 2017 sur les réseaux sociaux numériques . . . . .</b>	<b>67</b>
4.1. Internet, outil et vecteur de communication politique. . . . .	68
4.1.1. Des usages de nature institutionnelle. . . . .	68
4.1.2. Des usages électoraux . . . . .	68
4.2. Une campagne électorale résolument socio-numérique . . . . .	70
4.3. La campagne numérique d'Emmanuel Macron : symbolique et communication . . . . .	73
4.4. Conclusion . . . . .	76
<b>Partie 2. Formes culturelles et culturelles . . . . .</b>	<b>79</b>
<b>Introduction de la partie 2 . . . . .</b>	<b>81</b>
<b>Chapitre 5. La culture, opération symbolique et/ou enjeu politique ? . . . . .</b>	<b>85</b>
5.1. La culture : une opération symbolique ? . . . . .	85
5.2. Les maisons de la culture : communication politique et culturelle ? . . . . .	88
<b>Chapitre 6. Une communication politique de la culture . . . . .</b>	<b>91</b>
6.1. La politique d'André Malraux ou la culture instituée ? . . . . .	91
6.2. Narrativisation malrucienne de la culture et de la communication politique . . . . .	93
<b>Chapitre 7. La médiation culturelle malrucienne à l'aune de la communication . . . . .</b>	<b>97</b>
7.1. La culture au pluriel. . . . .	97
7.2. Aux origines de la médiation culturelle malrucienne . . . . .	99
7.3. La maison de la culture, fer de lance de la médiation culturelle ? . . . . .	102

<b>Chapitre 8. Laïcité et fait religieux à l'épreuve de l'humour : le cas du film <i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?</i> . . . . .</b>	<b>105</b>
8.1. Laïcité et fait religieux : tentative(s) de définition . . . . .	107
8.1.1. Laïcité(s) ? . . . . .	107
8.1.2. De la religion au fait religieux ? . . . . .	108
8.2. Le fait religieux à l'épreuve de l'humour . . . . .	110
8.2.1. « Distance au rôle » dans le film <i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?</i> . . . . .	111
8.2.2. On peut rire de tout... mais pas avec n'importe qui . . . . .	113
<b>Chapitre 9. La laïcité : une « exception culturelle française contagieuse » ? . . . . .</b>	<b>119</b>
9.1. De la religion au fait religieux : définition(s) en miroir . . . . .	121
9.1.1. Religion, fait religieux, fait social. . . . .	121
9.1.2. La laïcité, quelle laïcité ? . . . . .	122
9.2. Des laïcités plurielles ? . . . . .	124
9.2.1. Pluralités laïques . . . . .	124
9.2.2. La laïcité, une exception française ? . . . . .	125
9.2.3. La laïcité, une idée des plus contagieuses. . . . .	127
9.3. Conclusion . . . . .	129
<b>Glossaire . . . . .</b>	<b>131</b>
<b>Bibliographie . . . . .</b>	<b>147</b>
<b>Index . . . . .</b>	<b>155</b>