

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

Partie I

La communication politique

CHAPITRE 1	
COMMUNICATION ET POLITIQUE	13
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.....	35
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.....	53
1. Personnage politique et <i>ethos</i>	54
2. La communication politique entre émotion et "peopolisation"	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	77
1. La politique à la télévision.....	78
<i>Les évolutions de la télévision</i>	<i>81</i>

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 <i>Les ambiguïtés du populaire</i>	120
1.2 <i>Le glissement du populaire au populisme</i>	123
2. Comment parler de l'extrême droite?.....	126
2.1 <i>Des différences entre médias francophones et flamands</i>	127
2.2 <i>En parler, mais comment?</i>	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
<i>En quoi consiste réellement un lobby?</i>	146

CHAPITRE 8

LOBBYING ET DÉMOCRATIES MODERNES..... 153

1. Démocratie représentative: le lobbying officiel.....	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 <i>Siège et staff</i>	181
3.2 <i>Tâches</i>	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