

La Communication publique, territoriale et politique

La communication et la chose publique sont consubstantielles. Si la communication publique et politique n'est donc pas nouvelle, en témoigne l'importance du discours et de la rhétorique dans la démocratie antique de la Cité athénienne, elle connaît néanmoins de profondes transformations sous l'effet de la médiatisation et de la numérisation de la société, de la rationalisation des techniques de persuasion qui accompagne la professionnalisation des communicants de ce secteur, ou encore de la concurrence entre les territoires engendrée notamment par la décentralisation¹.

Dans cette thématique de recherche, nous nous intéresserons notamment aux campagnes de communication publique qui visent à influencer les comportements. Dans les domaines de la santé publique, de la sécurité routière ou de la protection de l'environnement par exemple, quels sont les messages les plus efficaces pour inciter les individus à modifier leurs pratiques dans un sens vertueux ?

Nous étudierons également la communication émanant des collectivités territoriales, qui a explosé depuis les lois Defferre de 1982-1983, qu'elle s'adresse aux habitants pour les informer de la vie locale ou à des cibles externes (entreprises, touristes, futurs habitants...) pour promouvoir l'attractivité d'un territoire et favoriser son développement économique.

Enfin, la communication politique *stricto sensu*, c'est-à-dire de conquête et d'exercice du pouvoir politique, constitue un objet d'étude particulièrement intéressant. Outre le fait qu'il s'agit probablement du domaine le plus complexe de la communication, y sont en effet incubées des techniques novatrices utilisant notamment les réseaux sociaux et les *bigdata* et qui sont ensuite importées dans les autres spécialités de la communication.

¹ Jacques Gerstlé, Christophe Piar, *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 2016.