
actes n° 7 | 2023

La fabrique de l'opinion : communication, propagande, médias

La communication politique technologisée: l'hologramme et l'audience

Le cas de Jean-Luc Mélenchon durant la campagne présidentielle 2017

Yacine BOULAGHMEN *Doctorant*

ReSO

Université Paul-Valéry Montpellier

Édition électronique :

URL :

<https://revue-doctorale58.numerev.com/articles/actes-7/209-la-communication-politique-technologisee-l-hologramme-et-l-audience>

DOI : numerev_2194

Date de publication : 07/02/2023

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : BOULAGHMEN, Y. (2023) La communication politique technologisée: l'hologramme et l'audience. *Doctorales 58*, (actes n°7). https://doi.org/10.34745/numerev_2194

Cette contribution porte principalement sur les rapports entre un meneur de foules (Le Bon, 1895) et son public, configurés par le truchement des technologies de l'information et de la communication. Nous nous focaliserons dans cette recherche sur l'usage de l'« hologramme » dans la communication politique. En s'intéressant à la scène politique française, nous présentons le cas unique de Jean-Luc Mélenchon lors de sa campagne présidentielle de 2017. Nous proposerons par la suite de comparer l'efficacité de ce dispositif au plan communicationnel avec celle de l'usage d'autres objets technologiques. Nous postulons dans cette perspective que les caractéristiques de chaque type de dispositifs ont tendance à déterminer le degré de proximité d'un meneur de foules avec son audience. Notre étude permet à ce titre de rendre compte des outils permettant une communication bidirectionnelle/monodirectionnelle, synchrone/asynchrone. Ces critères de transmissions des signes peuvent avoir des effets communicationnels forgeant l'opinion de l'audience sur l'orateur/meneur de foules. Dans cette optique, le principe des zones anthropiques (Rastier, 2001) nous permettra de situer les éléments impliqués dans la transmission des signes dans une situation de communication. Nous verrons en ce sens que le moyen de communication le plus efficace reste l'interaction non-interfacée, c'est-à-dire l'effacement des frontières physiques entre le meneur de foules et son audience.