

APPEL À CONTRIBUTIONS

REVUE AFRICAINE DE COMMUNICATION



ISSN 0850-895X

RAC, Nouvelle série, Numéro 7, 2025

La *Revue Africaine de Communication* lance un appel à contributions pour un numéro consacré à la thématique suivante :

« Communication politique et crises contemporaines ».

A. ARGUMENTAIRE

Les crises contemporaines qu'elles soient climatiques, sanitaires, économiques, sociales ou politiques, par leur caractère disruptif, se révèlent comme des catalyseurs mettant à l'épreuve la solidité de nos systèmes politiques. Elles imposent une réévaluation profonde des discours et des pratiques de communication politique. Dans un contexte mondial marqué par une défiance croissante à l'égard des institutions, une polarisation à outrance de l'opinion publique et une circulation ultra-rapide de l'information via les médias sociaux, la communication politique se trouve confrontée à un double défi. D'une part, elle est déstabilisée par la perte de maîtrise des flux informationnels et des narratifs ; d'autre part, elle se voit renouvelée par l'émergence de nouveaux outils et de nouvelles formes d'engagement citoyen.

Comme l'a souligné Wolton (1989), la communication politique ne saurait se réduire à une simple transmission d'informations. Elle constitue un champ de tensions permanentes où s'affrontent des enjeux de légitimité et de pouvoir. Les crises récentes et actuelles exacerbent ces tensions sous-jacentes, opposant transparence, intégrité et contrôle de l'information, urgence et réflexivité, élitisme et populisme, réalisme politique et démagogie, sans oublier les tensions entre dynamiques géopolitiques mondiales et replis nationalistes. La manière dont ces crises sont gérées met en lumière les stratégies par lesquelles les acteurs politiques, les médias et les mouvements citoyens s'approprient, remettent en question ou réajustent leurs discours et leurs dispositifs communicationnels pour faire face à des défis sans précédent (Cardon, 2019).

Ce numéro thématique sollicite des contributions originales, aussi bien théoriques qu'empiriques, fondamentales ou appliquées permettant de mieux cerner la manière dont les crises contemporaines multiformes modifient profondément les relations dynamiques entre les gouvernants, les acteurs des médias et les citoyens. Les propositions pourront s'articuler, sans exclusive, autour des sept (7) axes développés ci-dessous.

B. AXES DE RÉFLEXION

Étant donné le caractère interdisciplinaire des sciences de l'information et de communication, les propositions s'inscrivant dans les sciences humaines et sociales et les sciences de gestion sont encouragées, pour autant qu'elles abordent, sous un angle ou un autre la problématique des changements induits par les crises dans leurs différentes dimensions.

Axe 1. Communication politique et désinformation

La communication politique en période de crise constitue un terrain conflictuel sur le plan informationnel, où la recherche de la confiance publique se confronte à une propagation exponentielle de la désinformation. Ce phénomène est généralement défini comme « une manipulation délibérée de l'information, des [faits] dans le but d'induire en erreur le récepteur et [d'altérer] ainsi son jugement, sa décision et son action » (Kouakou, 2023, p. 2). En d'autres termes, les faits, souvent complexes et incertains, sont sujets à des distorsions accentuées et présentés sous les vocables fake news, deepfakes, théories du complot et infox. Ces distorsions sont amplifiées par la viralité des réseaux sociaux, participant de l'ère de « post-vérité » (Bronner, 2013), où l'émotion et la croyance prévalent souvent sur les faits. La crise du Covid-19 a illustré de manière frappante comment des messages contradictoires et des fake news ont pu éroder la confiance envers les institutions et entraver les efforts de santé publique (Kouakou, 2021). Ainsi, la désinformation, particulièrement en contexte de crise, peut compromettre la crédibilité des institutions, exacerber les divisions sociales et rendre inefficaces les politiques publiques.

Cet axe s'intéresse aux dynamiques complexes entre communication politique, gestion de crise et désinformation. Les contributions attendues pourront adresser les questions ci-dessous :

- Comment, en situation de crise, les acteurs politiques peuvent-ils construire ou restaurer la confiance publique tout en luttant contre la désinformation ?
- De quelle manière les fake news, les théories du complot et les infox influencent-elles la perception des crises, la communication politique et la prise de décision politique ?
- Quels dispositifs et stratégies de vérification (fact-checking) sont déployés par les médias, les institutions et les citoyens pour contrer la désinformation en période de crise ?
- Comment les citoyens parviennent-ils à naviguer dans cet océan d'informations contradictoires ? Comment développent-ils une autodéfense intellectuelle ou renforcent-ils leur littératie médiatique dans un contexte de crise ?
- Quels sont les enjeux éthiques et démocratiques liés à la régulation de l'information en ligne ?

Axe 2. Polarisation politico-médiatique et fragmentation de l'espace public

La polarisation politico-médiatique constitue un phénomène croissant dans les démocraties contemporaines, où les discours politiques se radicalisent à travers les médias traditionnels et les plateformes numériques. Cette dynamique exacerbe les clivages idéologiques et simplifie excessivement les débats publics les cantonnant à une vision binaire. Il pose ainsi des défis majeurs pour la démocratie, notamment en termes de désinformation, d'érosion de la confiance dans les institutions et de fragmentation de l'espace public (Bail et al., 2018).

Cette problématique s'inscrit dans un champ de recherche déjà riche, qui a longtemps étudié l'influence des médias, notamment télévisuels, sur les actions politiques (Bourdieu, 1996 ; Le Bohec, 2013). L'avènement des émissions politiques (Neveu, 2001 ; Delporte, 2012) et des nouveaux médias numériques a toutefois transformé les modalités de couverture de l'actualité politique. Certains travaux mettent en lumière leur influence sur l'opinion publique (Derville, 2017 ; Neveu, 2017), tandis que d'autres explorent leur impact sur la reconfiguration du champ politique (Desrumaux et Nollet, 2021 ; Lalancette et Bastien, 2024).

L'objectif de cette réflexion est d'examiner les conséquences de cette polarisation sur la structuration de l'espace public et les comportements citoyens. Il s'agit d'analyser comment elle influence la manière dont les citoyens s'informent et participent au débat démocratique, tout en identifiant des pistes pour favoriser des échanges plus nuancés et constructifs. Les contributions dans cet axe pourraient se structurer autour de différents aspects comme :

- le rôle des médias et des dispositifs numériques en période de crise où l'évolution des lignes éditoriales et l'essor des nouvelles plateformes modifient en profondeur le traitement de l'actualité politique.
- les stratégies de communication des partis politiques, qui exploitent souvent des discours polarisants pour segmenter leur audience et mobiliser leurs bases.
- les effets de cette polarisation sur la démocratie elle-même, qu'il s'agisse de l'appauvrissement du débat public, de l'affaiblissement de la cohésion sociale ou de la fragmentation accrue de l'espace médiatique (Pariser, 2011).

Dans ce cadre, une attention particulière sera portée au rôle des journalistes traditionnels et des nouveaux acteurs médiatiques dans la participation politique, y compris dans ses formes protestataires (Jost et al., 2018). L'enjeu est de mieux comprendre comment ces dynamiques façonnent aujourd'hui les conditions du débat démocratique.

Axe 3. Communication politique, démocratie participative et crise de la représentation

La communication politique se trouve aujourd'hui au cœur d'une crise de la représentation qui fragilise les démocraties contemporaines. Cette crise, caractérisée par une défiance croissante des citoyens envers leurs représentants et les institutions, trouve ses racines dans un sentiment de déconnexion entre les attentes

populaires et les réponses politiques. Les mouvements sociaux, comme les Gilets jaunes en France (2018), le Balai Citoyen au Burkina Faso (2013), le Printemps arabe en Afrique du Nord (2011) ou Y'en a marre au Sénégal (2011) illustrent parfaitement comment la communication politique peut être réappropriée par les citoyens pour contester l'ordre établi et proposer des alternatives. Ces mouvements, souvent nés des contextes de marginalisation politique, économique et sociale, ont su créer une synergie entre l'art, la politique et la communication en ayant recours à des symboles forts, à des récits mobilisateurs et à des outils de communication moderne pour amplifier leurs revendications et contourner les structures traditionnelles du pouvoir (Frère, 2015). Pierre Rosanvallon, dans *La contre-démocratie* (2006), souligne que cette défiance n'est pas un phénomène passager, mais une caractéristique structurelle des démocraties modernes, où les citoyens réclament davantage de transparence, de participation et de légitimité.

Dans ce contexte, la communication politique joue un rôle ambivalent. D'un côté, elle est souvent perçue comme un outil de manipulation ou de propagande, renforçant la méfiance des citoyens. De l'autre, elle possède le potentiel de renouer le lien entre les institutions et les citoyens, à condition de se transformer en un véritable espace de dialogue participatif. Cette dualité invite à une réflexion approfondie sur les dynamiques actuelles de la représentation politique, le rôle des médias dans la construction de l'opinion publique, et les nouvelles formes de participation citoyenne.

Ainsi, sans prétendre à l'exhaustivité, les contributions dans cet axe pourraient aborder les questions suivantes :

- Quelle est la perception des citoyens à l'égard des discours politiques en période de crise ?
- Comment les mouvements sociaux utilisent-ils la communication politique pour contester l'ordre établi et renforcer la participation citoyenne ?
- Comment les crises redéfinissent-elles les rapports entre gouvernants et gouvernés, ainsi que les contours de la représentation ?
- Quel rôle la communication politique peut-elle jouer pour (re)construire la confiance envers les institutions démocratiques en temps de crise ?
- Quels sont les enjeux éthiques et pratiques d'une communication politique inclusive et transparente dans un contexte de défiance accrue ?

Axe 4. Rhétorique politique et stratégies de communication en temps de crise

Les crises, par définition, constituent des moments de rupture qui, en générant de l'incertitude, déstabilisent l'ordre établi au sein des sociétés. Dans ces contextes où les repères sont brouillés et la confiance envers les institutions mise à l'épreuve, la communication devient un levier stratégique pour expliquer, rassurer et influencer l'opinion publique. Elle offre une grille de lecture de la crise pour orienter le cadre interprétatif (*framing*), façonner les représentations sociales (Entman, 1993, Correa 2022) et conditionner les comportements collectifs.

La récente crise sanitaire de la Covid-19 a montré le rôle déterminant de la communication dans la stratégie de riposte pour lutter contre la pandémie. Dans un contexte marqué par la gestion de l'incertitude, où les gouvernants ont été contraints de prendre des décisions impopulaires ou coercitives, le recours à la rhétorique politique a constitué un outil de gouvernance pour créer une « ingénierie du consentement » (Bernays, 1928) et favoriser l'adoption de comportements « sains ». Il fait appel au nécessaire « travail politique de construction cognitive, normative et institutionnelle de la crise » (Bouzon, 2004; Crespin et Clavier 2022). Dans cette perspective, les propositions de cet axe pourraient :

- Interroger les stratégies discursives et rhétoriques mobilisées par les acteurs politiques pour légitimer des mesures exceptionnelles et faire accepter des décisions impopulaires (Vauchez, 2022).
- Explorer, à travers l'analyse de discours, les champs de la rhétorique mobilisés pour créer des consensus forts et « faire société » à travers les mises en récit articulées autour de l'unité nationale.
- Étudier la production et la circulation des contre-discours sur les réseaux sociaux en période de crise, notamment leur dimension complotiste et leur contestation des récits institutionnels.
- Analyser le rôle du langage comme outil de pouvoir dans la gestion des crises, en particulier lorsque les structures traditionnelles d'autorité sont fragilisées par l'influence des médias de masse (De Rosnay, 2006).

Axe 5. Crise économique et communication politique

L'émergence de nouvelles formes d'expression sociale et de pratiques culturelles à partir de mai 68 est le point de départ d'une redéfinition constamment renouvelée des rapports sociaux et des phénomènes de contrôle du pouvoir politique, économique et culturel. Avec l'explosion des techniques, des théories et des technologies de l'information et de la communication dans les années 70, ce phénomène dépasse les frontières des États (Miège, 2004). On assiste alors à la naissance du mythe de la société de l'information (Gerstlé, 2007), qui pose les jalons d'un espace social post-industriel globalisé, où domine, non plus seulement l'économie et la politique, mais aussi, et de façon plus probante et incontrôlée une forme d'impérialisme culturel qui fonde l'hégémonie sur le triptyque intérêt, technologie et communication.

Ce nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC), sur lequel se penche l'Unesco de 1977 à 1980 (Miège, 2004), découle d'une informatisation à outrance de la vie sociale ouvrant la voie à des formes nouvelles de communication politique et stratégique (marketing politique, communication digitale), d'exercice de la liberté d'expression (E-liberté) et de la démocratie (E-démocratie) dans lesquelles les enjeux économiques sont dilués dans une réorganisation de l'économie capitaliste ayant la technique et la culture comme bras armés du capitalisme. Ainsi, l'abolition des distances géographiques accentue les conflits culturels, politiques et commerciaux entre les nations (Wolton, 2001).

Cette nouvelle donne s'accompagne d'une montée du populisme et du nationalisme dans les démocraties occidentales (États-Unis, Italie, Autriche, Allemagne, France...). On assiste alors à une révolution de la communication politique qui, en devenant directe, soutenue et incisive, s'adresse à l'imaginaire des peuples (Naves, 2017). La frénésie des déclarations chocs sur les réseaux sociaux numériques noue et défait les relations internationales et les traités commerciaux. En toile de fond, des lobbies et des multinationales, véritables groupes de pression et d'influence au service de l'impérialisme économique et culturel, s'activent pour imposer leur domination (Braud, 2006) à travers des réseaux sociaux numériques et des circuits commerciaux et financiers qu'ils contrôlent entièrement.

- Quel est l'impact de la révolution technologique sur les relations sociales et les enjeux politiques ?
- Quelles crises idéologiques, quels enjeux économiques sous-tend la montée en puissance des technologies de la communication ? Quels sont les enjeux et la place de la communication politique dans les crises socio-économiques ?
- Est-il possible de rétablir les rôles classiques dévolus aux journalistes, aux hommes politiques et aux opinions publiques face à la tyrannie de l'expression créée par la révolution technologique ?
- Quel est l'impact de la communication politique directe et agressive sur les relations internationales et commerciales ?
- Quelles relations la diplomatie économique entretient-elle avec la communication politique ?

Axe 6. Intégrité de l'information, conflits et (re)positionnement géopolitique

L'intégrité de l'information constitue un enjeu majeur dans les dynamiques des conflits contemporains et le repositionnement géopolitique des États et des acteurs internationaux (Arquilla et Ronfeldt, 1999). À l'ère du numérique et des guerres hybrides, l'information est devenue un champ de bataille où s'affrontent intérêts étatiques, économiques et idéologiques. Sa manipulation – qu'elle soit biaisée, tronquée ou falsifiée – est devenue une arme stratégique influençant les rapports de force mondiaux (Douzet, 2014 ; François et Lin, 2020). La lutte pour l'intégrité de l'information représente ainsi un enjeu majeur pour la stabilité internationale et le repositionnement des acteurs dans l'ordre mondial.

Cet axe vise à explorer les interactions entre la manipulation de l'information, les conflits internationaux et le repositionnement des acteurs sur la scène géopolitique. Il s'agit d'analyser comment la désinformation et la guerre cognitive redéfinissent les équilibres internationaux, en s'appuyant sur des études de cas et des cadres théoriques issus des sciences politiques, des relations internationales (Miskimmon, O'Loughlin et Roselle, 2013) et des études en communication stratégique (Lasswell, 1927).

Dans un contexte où la lutte pour le contrôle des narratifs s'intensifie, il devient crucial d'examiner les mécanismes de manipulation, les régulations possibles et la capacité des sociétés à s'adapter à ces nouvelles formes de conflits informationnels. L'avenir des relations internationales dépendra largement de la manière dont les

acteurs géopolitiques gèreront cet enjeu sans compromettre les principes démocratiques fondamentaux.

Cet axe sollicite des contributions sur les thématiques suivantes :

- *Définition et enjeux de l'intégrité de l'information en contexte géopolitique* : l'impact des crises sur l'intégrité de l'information, le rôle des médias traditionnels et des plateformes numériques dans la construction des narratifs de guerre et des tensions diplomatiques, et leur influence sur le repositionnement géopolitique des États (Chomsky et Herman, 2008).
- *La guerre de l'information comme instrument de soft power (Nye, 2005)* : l'utilisation de la désinformation et de la propagande (fake news, deepfakes, influenceurs des réseaux sociaux) pour influencer l'opinion publique, déstabiliser des gouvernements et légitimer des actions géopolitiques (Rid, 2020). Qui sont les acteurs impliqués dans ce conflit moderne, qui dépasse les affrontements militaires classiques pour inclure une guerre cognitive ? (Diagne, 2024) Comment les États et les acteurs non étatiques exploitent-ils la désinformation pour repositionner leur influence sur l'échiquier mondial ? Ce phénomène remet en question les narratifs dominants (soft power américain, modèle démocratique occidental) et favorise la promotion d'alternatives (récits multipolaires, souverainisme numérique) (Castells, 2009). Quel rôle jouent les médias et la technologie dans cette dynamique, et quel impact cela a-t-il sur la perception publique et les décisions politiques internationales ? (Camara, 2018).
- *L'intégrité de l'information comme enjeu stratégique pour la stabilité mondiale* : vers une éthique et une régulation de l'information ? Face à ces défis, la préservation de l'intégrité de l'information est une priorité pour les démocraties (Camara, 2015). Des initiatives comme la vérification des faits (fact-checking), les réglementations des plateformes numériques et l'intelligence artificielle pour détecter les fausses informations émergent comme des contre-mesures. Cependant, ces stratégies soulèvent des débats sur la censure, la liberté d'expression et le contrôle de l'information. Quel rôle les citoyens peuvent-ils jouer dans la résistance à la manipulation de l'information ? Une gouvernance numérique mondiale pourrait-elle permettre de préserver la souveraineté informationnelle ?

Axe 7. Le numérique et les nouvelles formes de communication politique

Inhérente à la gestion du pouvoir, la communication constitue une dimension importante de l'agir politique. Elle a connu de profondes mutations à l'ère du numérique avec l'avènement de nouveaux espaces de prise de parole et de mobilisations citoyennes (Granjon, 2005). Partie intégrante des dispositifs de communication contemporaine, les réseaux sociaux favorisent le renouvellement des modalités et formats du dire politique et créent de nouvelles dynamiques dans les stratégies de conquête ou de conservation du pouvoir qui méritent d'être questionnées sous l'angle de la communication politique en contexte de crise.

L'usage des réseaux sociaux par les leaders politiques, la montée en puissance des influenceurs sur Internet et la prolifération de la désinformation sont autant de

phénomènes qui interrogent les mécanismes actuels de persuasion, de légitimation et de construction de sens dans l'espace public (Greffet 2016; Douyère et Rieffel, 2019; Badouard, 2021).

La communication numérique dans le champ politique, c'est aussi les nouvelles formes de mobilisations citoyennes, déconnectées des appareils politiques traditionnels et qui visent à replacer le citoyen au cœur du débat démocratique grâce aux technologies numériques regroupées sous le terme de « *civic tech* » (Cardon, 2019). En contexte de crise, ces technologies civiques peuvent-elles contribuer à restaurer la confiance entre gouvernants et gouvernés ? Peuvent-elles favoriser une réappropriation du débat démocratique par les citoyens ?

Cet axe accueille des contributions visant à :

- explorer les leviers et ressorts de la communication d'influence, qu'elle soit portée par des figures du web, qualifiées d'« influenceurs politiques », ou soutenue par les logiques algorithmiques qui structurent l'écosystème du web social.
- étudier le phénomène de réactualisation des narratifs des acteurs politiques, de plus en plus soumis à une nouvelle forme de contrôle citoyen désigné sous le terme de « VAR politique » qui met en débat leur parole, dans l'espace public numérique.

C. MODALITÉS D'ENVOI DES PROPOSITIONS

Les propositions d'articles sous format Word, Book Antiqua 11, contiendront :

- Le nom et l'affiliation institutionnelle des (de l') auteur(s) ;
- L'axe auquel, elle se rattache ;
- Un titre en français et en anglais ;
- Un résumé en français et en anglais, d'environ 500 mots ;
- Des mots-clés en français et en anglais (5 mots, au plus) ;
- L'article entièrement rédigé suivant la feuille de style de la revue, visible à : <https://rac.ucad.sn/politique-editoriale>
- Une bibliographie.

Les propositions d'articles seront envoyées, simultanément, au plus tard le 31 août 2025, aux adresses suivantes : kouakou.sylvestre@ucad.edu.sn ; yacine12.diagne@ucad.edu.sn ; mamadou-diouma.diallo@ugb.edu.sn ; alioune1.dieng@ucad.edu.sn.

Nota Bene : La politique éditoriale de la *Revue Africaine de Communication (RAC)* est téléchargeable sur le site : rac.ucad.sn

D. DATES IMPORTANTES

- Lancement de l'appel à contributions : **15 avril 2025**
- Date limite de réception des contributions : **31 août 2025**
- Envoi des résultats des évaluations aux auteurs : **31 Octobre 2025**
- Date limite de renvoi des articles corrigés : **30 novembre 2025**
- Publication du Numéro 7, RAC, Nouvelle Série, 2025 : **Décembre 2025**

E. BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (1999). *The Emergence of Noopolitik: Toward an American Information Strategy*. Rand Corporation.
- Bail, Chris et al. (2018). « L'exposition à des points de vue opposés sur les réseaux sociaux peut accroître la polarisation politique ». *Sciences sociales*, <https://doi.org/10.1073/pnas.180484011>
- Bernays, E. (2008). *Propaganda* (Œuvre originale publiée en 1928). Zones.
- Bourdieu, Pierre (1996), *Sur la télévision. Suivi de l'emprise du journalisme*. Paris, Raisons d'agir.
- Bouzon, A. (2004). *La place de la communication dans la conception de systèmes à risques*. Paris: L'Harmattan.
- Braud, P. (2006). *Sociologie politique*, 8^e édition. Paris : Librairie Générale de Droit et de France
- Bronner, G. (2013). *La démocratie des crédules*. Paris : Presses universitaires de France.
- Camara, M. (2018). « Dire, montrer l'extrême du terrorisme. L'iconographie des attentats de Paris et de Bruxelles à la Une de la presse européenne ». *Revue Sciences et Techniques du Langage*, n° 14, p. 72 – 96.
- Camara, M. (2015). « Crise structurelles des organes de régulation en Afrique de l'Ouest : impacts médiatiques, déficits démocratiques. Le cas de la Côte d'Ivoire et du Mali ». *Revue africaine de la communication*, n°1, p. 81 – 96.
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Presses de Sciences Po.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press. Badouard, R. (2021). *Les nouvelles guerres de l'information. Désinformation et radicalisation de la vie publique*. Le Seuil.
- Cazeaux, G. (2024). *La Fabrique De l'opinion numérique : des citoyens sous Influence*.
- Correa, P. (2022). De l'international aux nations. La communication publique sur la pandémie du Covid-19. Exemple du Sénégal. *Revue africaine de Communication, Nouvelle Série*, (5), 80–93.
- Crespin, R., & Clavier, C. (2022). *Des crises sanitaires aux crises politiques*. Presses de Sciences Po.
- Derville, G. (2017). *Le pouvoir des médias*. Presses universitaires de Grenoble.
- Desrumaux, C. & Nollet, J. (dir.) (2021). *Un capital médiatique ? Usages et légitimation de la médiatisation en politique*. Presses Universitaires de Rennes.
- Diagne, Y. (2024). « Les médias sociaux et le désordre de l'information : perspectives neuroscientifiques et psychologiques ». *Revue africaine de la communication*, n°6, p. 121 – 141.
- Douyère, D., & Rieffel, R. (dir.) (2019). *La communication politique*. Armand Colin.
- Douzet F. (2014). La géopolitique pour comprendre le cyberspace, *Hérodote*, vol. 1-2, n° 152-153, p. 3-21.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51- 58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

- François, C. & Lin, H. (2020). « Cartographier un angle mort : la surprise stratégique des opérations informationnelles russes sur les réseaux sociaux en 2016 », *Géopolitique de la datasphère*, n° 177-178, p. 3 à 21.
- Granjon, F. (2005). « L'Internet militant. Entretien avec Fabien Granjon », *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, vol. 79, no79, p. 24-29.
- Greffet, F. (2016). *Internet et la campagne présidentielle de 2012*. Presses universitaires de Grenoble.
- Herman, E. et Chomsky, N. (2008). *La fabrication du consentement : l'économie politique des médias de masse*. Londres : Bodley Head.
- Jost, J. T. et al. (2018). « Comment les médias sociaux facilitent la protestation politique : information, motivation et réseaux sociaux ». *Political Psychology*, <https://doi.org/10.1111/pops.12478>
- Kouakou, K. S. (2021). Médias sociaux et covid-19 : analyse des pratiques informationnelles des étudiants sénégalais sur WhatsApp. *Revue Africaine de Communication*, n°4, pp. 35-58. ISSN 0850-895X. <http://dx.doi.org/10.61585/pud-rac-nsn403>
- Kouakou, K. S. (2023). Esprit critique et lutte contre la désinformation Une étude des habiletés à la pensée critique des étudiants primo-arrivants. *Balisages*, n°7, p.1-21. ISSN 2724-7430. <https://dx.doi.org/10.35562/balisages.1274>
- Lasswell, H. (1927). « La théorie de la propagande politique ». *Revue de science politique*, p. 627-631, doi : 10.2307/1945515
- Le Bohec, J. (2013). *Élections et télévision*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Naves M.-C. (2017). Donald Trump ou la communication incantatoire. In Arnaud Mercier (éd.), *La communication politique*, Paris : CNRS, 149-158.
- Miège B.(2004). L'économie politique de la communication. In *Hermès*, 38, *Les SIC : savoirs et pouvoirs*, 46-54.
- Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order*. Routledge, New York.
- Nye, J. (2005). *Soft power. The means to success in world politics*. Public Affairs, New York, 2004.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble. What the internet is hiding from you*. Penguin Books. *Singulière*. Paris, L'Harmattan.
- Rid, T. (2020). *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*. Farrar, Straus et Giroux.
- Rosanvallon, P. (2006). *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*. Paris : Seuil.
- Rosnay, J. (2006) *La révolte du pronéariat: Des mass média aux médias des masses*. Paris: Fayard
- Vilenchik, N. K., Baden, C. & Yarchi, M. (2020). « Interpretative Polarization across Platforms: How Political Disagreement Develops Over Time on Facebook, Twitter, and WhatsApp ». *Social Media + Society*, <https://doi.org/10.1177/2056305120944393>
- Wolton, D. (1989). La communication politique : construction d'un modèle. *Hermès, La Revue*, 1 (1), 27-42.
- Wolton, D. (2001). La communication, un enjeu scientifique et politique majeur du XXIe siècle. In *L'Année sociologique*, vol. 51, 309-326.