

Les Gourous de la com'

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Les Gourous de la com' : trente ans de manipulations politiques et économiques / Aurore Gorius ; Michaël Moreau

Auteur(s) : Gorius, Aurore

Autre(s) auteur(s) : Moreau, Michaël (1980-....)

Editeur, producteur : Paris : la Découverte, impr. 2011
(18-Saint-Amand-Montrond; Impr. CPI Bussière)

Description matérielle : 311 p. ; 23 cm.

Collection : Cahiers libres

ISBN : 978-2-7071-6488-9

EAN : 9782707164889

Appartient à la collection : Cahiers libres 0526-8370 2011

Classification décimale Dewey : 324.409 44 23

Résumé ou extrait : Ils vivent dans l'ombre des puissants, mais ils exercent eux-mêmes un pouvoir et une influence largement ignorés du grand public. Les conseillers en communication règnent aujourd'hui dans le paysage politique comme dans celui des affaires : ils contrôlent l'image des gouvernants comme celle des grands patrons, ils manipulent les journalistes et l'opinion, maniant l'intox et sachant empêcher la parution d'articles de presse malveillants. Désormais, ils participent également aux décisions stratégiques des politiques comme des groupes du CAC 40, et prennent part aux grandes batailles économiques dont le capitalisme français a le secret. Ce livre, fruit d'une enquête de deux ans, dévoile qui sont ces gourous de la communication, dont les plus influents, souvent issus de la politique, symbolisent l'étroite imbrication entre la sphère publique et le petit monde des affaires. Ils s'appellent Anne Méaux, Stéphane Fouks ou Michel Calzaroni et répondent ici, comme nombre d'autres acteurs, leaders politiques ou figures patronales, aux questions sans concession des auteurs. Ceux-ci montrent ainsi comment, en trente ans, du tournant de la rigueur de Mitterrand aux années Sarkozy, se sont construits de gigantesques réseaux d'influence, qui agissent en coulisses pour des intérêts privés. Quelles sont les méthodes de ces faiseurs de rois ? Comment pratiquent-ils le lobbying et le media training, pour qui et avec quels résultats ? Les auteurs révèlent les grands dossiers, souvent inconnus, sur lesquels les gourous de la com' ont manœuvré à l'abri des regards. Et pointent du doigt les conflits d'intérêts auxquels ils font face de plus en plus

souvent. Une enquête inquiétante sur les dérives de la démocratie rendues possibles par le rôle devenu central de ces femmes et hommes de l'ombre depuis les années 1980, ces années fric, de la politique paillettes et des patrons stars.

Sujet(s) : pouvoir

gouvernement (institution politique)

stratégie de la communication

Sujet - Nom commun : Communication dans les organisations -- France -- 1990-2020

Communication en politique -- France -- 1990-2020

Groupes de pression -- France -- 1990-2020