



N° 38 | 2021

La propagande politique Janvier 2021

Usages et gratification : (re)voir la propagande autrement

Bertrand LABASSE

Édition électronique :

URL :

<https://cpp.numerev.com/articles/revue-38/2094-usages-et-gratification-revoir-la-propagande-autrement>

DOI : numerev_1403

ISSN : 1776-274X

Date de publication : 31/01/2021

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

Pour **citer cette publication** : LABASSE, B. (2021) Usages et gratification : (re)voir la propagande autrement. *Cahiers de Psychologie Politique*, (38). https://doi.org/10.34745/numerev_1403

Par un curieux retournement, l'une des perspectives théoriques qui pourraient compter parmi les plus éclairantes pour appréhender la multiplicité contemporaine des voies de la propagande politique pourrait justement être celle qui tournait le plus résolument le dos à l'étude de la propagande.

Selon le manifeste d'Elihu Katz (1959), le courant des *usages et gratifications* entendait en effet dépasser la problématique descendante de l'influence pour se consacrer, dans une perspective remontante, aux utilités et satisfactions que les individus tiraient ou non des messages qui leur étaient dispensés. Le renversement de point de vue opéré par Katz et ses collègues les a conduits au cours des décennies suivantes à multiplier les études pour observer les pratiques et attentes des lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs, sans cependant parvenir à en induire beaucoup plus que des listes plus ou moins précises de motivations possibles, et encore moins à convaincre les chercheurs plus attachés aux approches critiques de l'opinion et de la manipulation politique.