

1. Record Nr.	UNINA9910133355103321
Autore	Lemieux Cyril
Titolo	Un président élu par les médias? : regard sociologique sur la présidentielle de 2007
Pubbl/distr/stampa	Presses des Mines, 2010 [Place of publication not identified], : Presses des mines, 2010
ISBN	2-35671-165-1 2-35671-164-3
Descrizione fisica	1 online resource (207 p.)
Collana	Collection Sciences sociales Un præsident âelu par les mâedias?
Soggetti	Elections - Political aspects - France Mass media Government - Non-U.S Law, Politics & Government Government - Europe
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Sommario/riassunto	Que n'a-t-on dit de l'emprise qu'exerce sur les médias français l'actuel Président de la République ? Ce serait grâce à des réseaux tissés de longue date parmi les patrons de presse et à de subtils jeux d'intimidation/séduction avec les journalistes que le candidat UMP, lors de la campagne présidentielle de 2007, serait parvenu à capter à son profit le jeu médiatique et, par ce biais, à persuader une majorité d'électeurs de le porter à la tête de l'État. La sociologie peut-elle nous aider à démêler ce que ces thèses comportent de vrai ? Elle en est capable assurément, si l'on considère la quantité impressionnante de connaissances qu'elle a accumulées, depuis une soixantaine d'années, au sujet des relations entre médias et pouvoir politique. Qu'il s'agisse des processus d'inscription de certains thèmes sur l'agenda médiatique, des effets qu'ont sur le vote la publication de sondages et les mises en scène médiatiques de l'actualité, ou encore, du rôle que Internet joue désormais dans les débats publics, de telles connaissances peuvent permettre aux citoyens de résister aux effets d'

imposition propres aux discours médiatiques aussi bien qu'aux amalgames trompeurs que véhicule la critique des médias souvent caricaturale. Ce livre applique et explique ce que les sciences sociales nous apprennent de ces questions en reprenant le contenu d'un blog invité du monde.fr (www.lemonde.fr) dans lequel l'auteur analysa à chaud, d'un point de vue inspiré par la sociologie, le traitement médiatique de la campagne présidentielle.
