

1. Record Nr.	UNINA9910495917003321
Autore	Bart Christian Le
Titolo	Médias et élections / Anaïs Theviot
Pubbl/distr/stampa	Villeneuve d'Ascq, : Presses universitaires du Septentrion, 2020
ISBN	2-7574-2842-X
Descrizione fisica	1 online resource (256 p.)
Altri autori (Persone)	BigotLaurent BorrellAlexandre BoyadjianJulien BrinColette GerstléJacques JadotAnne LeféburePierre LefebvreRémi NeihouserMarie NiceyJérémie RichardJean-Luc RocheÉmilie SécaïlClaire TheviotAnaïs TreilleÉric
Soggetti	Political Science médias campagne électorale élection partis politiques primaire Twitter fake news fausses informations journalisme législatives communication politique narration Facebook réseaux sociaux

Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	<p>Un president elu par les medias? / Anais Theviot -- Partie 1, Narration des campagnes electorales dans les medias dits traditionnels: Le recit d'une campagne "ratee" / Remi Lefebvre -- Onze debats televises pour une campagne presidentielle / Jacques Gerstle -- Des hauts et debats / Eric Treille -- Partie 2, Reseaux sociaux et reconfigurations des "roles" : Un media personnel a disposition de tous les candidats? / Marie Neihouser -- Un pour tous, tous pour un? : les pratiques inedites de "coalition" des journalistes fact-checkers francais durant la campagne presidentielle de 2017 / Jeremie Nicey &amp; Laurent Bigot -- "Ni journaliste, ni politique, l'universitaire consultant dans les emissions en periode electorale : roles et strategies" : retour d'experiences (2002-2017) / Jean-Luc Richard -- Partie 3, Et du cote des electeurs la reception des campagnes? La reception des campagnes: -- Les temporalites de la campagne presidentielle de 2017 au prisme des electeurs / Alexandre Borrell [and four others] -- Les modalites de suivi d'une campagne electorale inedita / Julien Boyadijan &amp; Anais Theviot -- Pratiques d'information politique des usagers a l'ere numerique / Colette Brin -- Une campagne presidentielle de plus? / Christian Le Bart.</p>
Sommario/riassunto	<p>Dans un contexte de défiance vis-à-vis des partis et des hommes politiques (éloignement des arènes politiques, brouillage idéologique, affaires politico-financières, « dérives » de la communication politique, etc.), de dénigrement du travail des journalistes (discours « anti-système ») et de la montée en puissance des réseaux sociaux, cet ouvrage interroge le rôle des médias et les spécificités (ou non) du travail des professionnels de la communication politique et des journalistes en période de campagne électorale. L'ambition est notamment de porter le regard sur les reconfigurations liées à l'usage intense des réseaux sociaux, tout en considérant les permanences de certaines pratiques et manières de faire. Cet ouvrage repose sur des études de cas inédites qui analysent l'actualité très récente, en s'intéressant aux campagnes des primaires, présidentielle et législatives de 2017. In a context of mistrust of parties and politicians (distance from political arenas, ideological jamming, politico-financial affairs, "drifts" of political communication...), denigration of the work of journalists.</p>