

MÉDIAS ET DÉMOCRATIE

Le grand malentendu

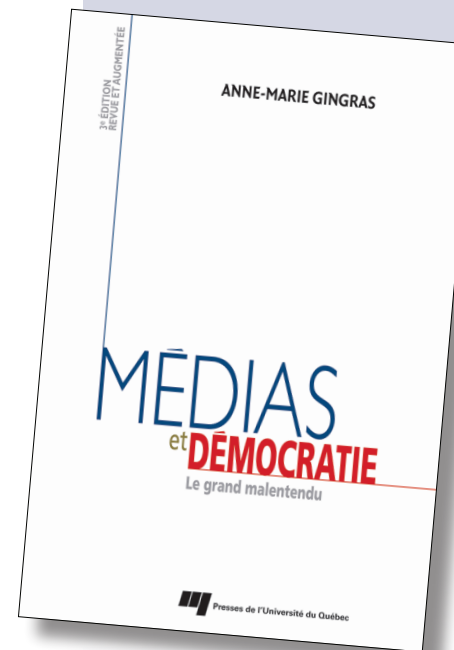
3^e édition revue et augmentée

Anne-Marie Gingras

2009, 300 pages

978-2-7605-2388-3

37\$ | 27€



DANS CET OUVRAGE, ANNE-MARIE Gingras analyse le rôle politique des médias privés et publics, des sondages et des technologies médiatiques. Elle déconstruit l'idée qu'il s'agit là de « maillons de la démocratie », les présentant plutôt en partie comme des outils permettant la reproduction du pouvoir.

L'auteure identifie les liens de dépendance entre les médias et les pouvoirs politiques. Elle définit la politique spectacle et explique le code de communication des hommes et des femmes politiques. Elle expose aussi une série de

DISTRIBUTEURS

CANADA

PROLOGUE INC.

BELGIQUE

PATRIMOINE SPRL

FRANCE

DISTRIBUTION AFPU

DISTRIBUTION SODIS

SUISSE

SERVIDIS SA

**NOS LIVRES SONT EN VENTE
CHEZ VOTRE LIBRAIRE...
OU AU WWW.PUQ.CA**

Société
de développement
des entreprises
culturelles
Québec

Presses
de l'Université
du Québec

malaises liés à l'insertion des médias dans le système économique : incidences de la propriété sur les contenus, conséquences de la concentration de la presse et enfin marchandisation, qui se traduit bien souvent par le mélange des genres entre information et divertissement.

Elle présente aussi une réflexion critique sur les sondages, ces instruments qui passent pour être des consultations populaires entre les élections. Les sondages récoltent ainsi la légitimité associée à la volonté de l'électorat, ce qu'on appelle « opinion publique ».

Enfin, Anne-Marie Gingras fait le point sur les technologies médiatiques, qui ont connu une évolution fulgurante depuis quelques années. Après avoir exposé les faits marquants de la naissance et de l'évolution d'Internet, l'auteure explique les types de régulation en place pour les technologies médiatiques (accès aux services, protection de la vie privée, liberté d'expression, droits d'auteur, etc.). Les effets des technologies médiatiques sur les comportements politiques sont aussi étudiés, tout comme le militantisme sur Internet et les blogues politiques.

L'AUTEURE

- ▶ *Anne-Marie Gingras est professeure titulaire au Département de science politique de l'Université Laval.*

SOMMAIRE

■ LA SPHÈRE PUBLIQUE COMME IDÉAL DÉMOCRATIQUE

Le concept de la sphère publique : l'héritage de Habermas

- La rationalité
- L'accessibilité
- La transparence
- La liberté d'expression

La crise de la sphère publique et le concept de l'appareil idéologique

■ LES MÉDIAS ET LES POUVOIRS POLITIQUES

Les pratiques journalistiques

- La collecte de l'information
- Les conditions de travail des journalistes

Les styles politico-médiatiques

Le code de communication des personnages politiques

■ LES MÉDIAS ET LES POUVOIRS ÉCONOMIQUES

Le pouvoir des patrons de presse

- L'organisation du travail et les interventions ponctuelles
- La défense du système économique

Les logiques économiques

- La marchandisation de l'information et de la communication
- La concentration de la propriété de la presse

■ L'OPINION PUBLIQUE ET LES SONDAGES COMME OUTILS DE GESTION PUBLIQUE

L'opinion publique et la démocratie

Les analyses technique et langagière des sondages

- L'analyse technique
- L'analyse langagière

L'analyse politique des sondages

- Les situations réelle et artificielle
- L'usage des sondages par les acteurs politiques et économiques
- L'attitude de la population à l'égard des sondages

La publication des sondages

- L'utilité politique et économique des sondages pour les médias
- Les débats sur la publication des sondages

■ LES TECHNOLOGIES MÉDIATIQUES

Le contexte politique et économique d'Internet

- Naissance et envol d'Internet
- La vision athénienne des technologies médiatiques
- La vision « orwellienne » des technologies médiatiques

Les multiples régulations des technologies médiatiques

- Un contexte politico-économique prégnant
- De la régulation marchande à la régulation communautaire

L'impact des technologies médiatiques sur le politique

- Le militantisme et l'organisation sociale sur Internet
- Le rôle des technologies médiatiques dans l'action politique individuelle et l'action collective