



Presses de l'Université du Québec

50
ans
de savoir

SCIENCES
POLITIQUES

Sous la direction de
Mireille Lalancette et Frédérick Bastien

Médiatisation de la politique

Logiques et pratiques

Préfaces de Fabienne Greffet et Thierry Giasson



Sous la direction de
**Mireille Lalancette
et Frédérick Bastien**

Préfaces de Fabienne Greffet et Thierry Giasson

2024 | 376 pages

978-2-7605-5931-8 **PAPIER**

978-2-7605-5932-5 **PDF**

978-2-7605-5933-2 **EPUB**

MÉDIATISATION DE LA POLITIQUE

Logiques et pratiques

La médiatisation de la politique désigne l'ensemble des transformations générées par les médias dans les relations entre les actrices et les acteurs politiques, les citoyennes et les citoyens, les militantes et les militants, les personnalités publiques, les organisations non gouvernementales, et les institutions politiques. Ces transformations se caractérisent par une dualité : elles se manifestent simultanément par l'intégration des médias au fonctionnement des institutions sociales, de même que par leur développement en tant qu'institution sociale autonome et animée d'une « logique » propre de fonctionnement.

Si la médiatisation de la politique est bien étudiée en Europe, elle l'est moins de ce côté-ci de l'Atlantique et encore moins en français. Cet ouvrage vise à pallier ces deux lacunes de même qu'à faire le point sur les recherches canadiennes et québécoises sur le sujet. Il se divise en trois parties : les pratiques, les discours et les publics de la médiatisation du politique.

L'ouvrage s'adresse aux étudiantes et aux étudiants en communication et en science politique de même qu'aux spécialistes en la matière, aux communicatrices et aux communicateurs aguerris et à l'ensemble de la population. Il vise à offrir une meilleure compréhension du rôle prépondérant des médias, qu'ils soient traditionnels ou numériques, dans la vie politique, sociale, culturelle et quotidienne de tout un chacun.

INTRODUCTION

Frédéric Bastien et Mireille Lalancette

CHAPITRE 1 L'organisation électorale et la transformation interne des partis à l'ère numérique

Eric Montigny

CHAPITRE 2 Le lobbyisme indirect: construire sa légitimité par la « montée en généralité » et l'appel à la représentativité

Stéphanie Yates et Justine Lalande

CHAPITRE 3 Le marketing social et la médiatisation d'enjeux de société

Pénélope Daignault

CHAPITRE 4 Les relations journalistes-politiciens dans un système médiatique hybride: entre collaboration obligée et compétition pour le contrôle de l'information

Olivier Turbide

CHAPITRE 5 Les médias et la politique: logiques et pratiques de cadrage

Virginie Hébert et Thierry Giasson

CHAPITRE 6 Le marketing et le branding des institutions publiques: quand l'administratif rencontre le politique

Philippe R. Dubois, Thierry Giasson et Alex Marland

CHAPITRE 7 Les promesses électorales: outils de communication partisane et gouvernementale

Dominic Duval et Philippe R. Dubois

CHAPITRE 8 Les médias socionumériques et la politique: enjeux de personnalisation, d'intimisation et de célébritisation à l'ère numérique

Vincent Raynauld et Mireille Lalancette

CHAPITRE 9 La médiatisation et les stéréotypes de genre

Tania Gosselin

CHAPITRE 10 La désinformation en ligne: au-delà des croyances, quels effets politiques?

Simon Thibault

CHAPITRE 11 La politisation du système médiatique

Frédéric Bastien et Simon Thibault

CHAPITRE 12 Des opinions publiques?: revisiter la nature de l'opinion publique à l'ère de la fragmentation médiatique et des données numériques massives

Yannick Dufresne, David Dumouchel et Catherine Ouellet

CHAPITRE 13 Médias socionumériques et citoyens: enjeux d'engagement politique et engagement civique

Thomas Galipeau et Shelley Boulianne

CHAPITRE 14 La « mèmification » de la politique canadienne: les mêmes Internet comme outils de communication politique

Fenwick McKelvey, Mireille Lalancette, Saskia Kowalchuk et Simon Fitzbay

MIREILLE LALANCETTE, Ph. D., est professeure titulaire de communication politique à l'Université du Québec à Trois-Rivières. Elle est également chercheuse au Groupe de recherche en communication politique (GRCP) et au Centre pour l'étude de la citoyenneté démocratique (CÉCD).

FRÉDÉRIC BASTIEN, Ph. D., est professeur titulaire de science politique à l'Université de Montréal. Il est également chercheur au Groupe de recherche en communication politique (GRCP) et directeur du Centre pour l'étude de la citoyenneté démocratique (CÉCD).

Avec la collaboration de Frédéric Bastien, Shelley Boulianne, Pénélope Daignault, Philippe R. Dubois, Yannick Dufresne, David Dumouchel, Dominic Duval, Simon Fitzbay, Thomas Galipeau, Thierry Giasson, Tania Gosselin, Virginie Hébert, Saskia Kowalchuk, Mireille Lalancette, Justine Lalande, Alex Marland, Fenwick McKelvey, Eric Montigny, Catherine Ouellet, Vincent Raynauld, Simon Thibault, Olivier Turbide et Stéphanie Yates.