

# problèmes

## **Télévision et politique**



N° 900 ● ma 2004

# Sommaire

05 Avant-propos (A. Mercier)

## La politique à la télévision

### La politique dans les programmes

- 11 Les émissions politiques : un succès relatif, mais stable dans le temps (R. Festa)
- 14 Émissions de divertissement et « dépolitisation » du politique (E. Neveu)
- 16 Mettre en images une politique distrayante (E. Neveu)
- 18 « Bébête Show » et « Guignols de l'info » : deux idéologies, une même défiance politique (M. Coulomb-Gully)
- 20 L'encadrement de la parole profane dans les émissions de débat (É. Darras)

### Les campagnes électorales

- 23 Des meetings mis en scène pour la télévision (M. Coulomb-Gully)
- 25 Le clip de campagne : une politique de la séduction (J.-P. Gourévitch)
- 27 Les soirées électorales : un rituel démocratique (R. Godin)
- 29 Candidats à la présidentielle américaine : malaise des journalistes face à la communication (J. Zaller)
- 30 Préserver la place du débat politique (CSA)

## Télévision, information et citoyens

### Une source d'information problématique

- 33 L'information télévisée en adéquation avec le psychisme humain (D. Graber)
- 35 Au journal télévisé : une information mise en récit (A. Mercier)
- 36 L'événement télévisé submergé par l'émotionnel : les attentats du 11 Septembre (P. Charaudeau)
- 39 Le traitement des violences urbaines : entre « réalisme », prudence et contraintes de temps (É. Macé, A. Peralva)
- 41 Les défis socio-culturels de l'information mondialisée (D. Wolton)
- 42 Un rapport différent à l'information selon les acteurs (D. Wolton)
- 43 La télévision, source de propagande et d'appel à la haine (R. de La Brosse)
- 46 Contradictions entre objectifs militaires et vérité de l'information en temps de guerre (M. Mathien)
- 48 La télévision au cœur des stratégies de communication des terroristes (F.-B. Huyghes)
- 50 Un « média-terrorisme » (L. Gervereau)
- 51 L'emprise du pouvoir politique sur les médias : le cas russe (M. Jégo)
- 52 Une représentation « propre » de la guerre en Tchétchénie (A. Duparc)
- 53 « Manipulation de l'information » en Espagne (M. Silber)

### Les effets relatifs et conditionnés sur les publics

- 55 La croyance en la puissance des médias audiovisuels (G. Engel Lang, K. Lang)
- 56 Les effets de cadrage de l'information télévisée sur les représentations (J. Gerstlé)
- 57 Le téléspectateur : un récepteur bien moins passif qu'on ne le croit (M.-P. Fourquet)
- 59 Récepteurs : un espace entre le « voir » et le « croire » (B. Le Grignou)
- 61 Informations télévisées et vote : des effets contradictoires (A. Mercier)
- 65 La télévision : le plus trompeur des médias ? (R. Wiseman)
- 67 Comment le cerveau se laisse berner (A. Oliviero)
- 68 La télévision nuit-elle au lien social ? (R. Putnam)
- 71 Tout dépend des usages (P. Norris)

## Les effets de la télévision sur le système politique

### Transformations du jeu politique

- 77 La sélection du personnel politique (Y. Poirmeur)
- 78 Des hommes politiques qui croient en la puissance des médias (J.-L. Missika)
- 80 Le passage à l'antenne comme facteur de légitimation (P. Maarek)
- 82 La télévision induit un discours politique spécifique (R. Ghiglione, M. Bromberg)
- 82 La pacification des mots et des gestes (J.-J. Courtine)
- 85 Personnalisation de la politique (G. Engel Lang, K. Lang)

### Adaptation stratégique aux logiques télévisuelles

- 87 Quatre modèles de prestations télévisées (J.-P. Gourévitch)
- 89 Les différents modèles de la communication présidentielle (J. Mouchon)
- 92 Plan média : gérer avec parcimonie les apparitions présidentielles (J. Pilhan)
- 94 Valoriser l'homme politique par le livre (R. Cayrol)
- 95 Les présidents américains : le règne de l'image (R. W. Waterman, R. Wright, G. St.-Clair)
- 97 Marketing et politique : le cas exemplaire de Silvio Berlusconi (P. Musso)
- 100 « Tapage médiatique » et mobilisation : l'exemple de Greenpeace (G. Derville)

## Annexes

- 103 La réglementation des campagnes électorales télévisées (B. Jacomet)
- 105 Deux exemples d'intervention du CSA

### 107 Bibliographie complémentaire

### 110 Rappel des références