

Un nouvel espace médiatique ?

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Un nouvel espace médiatique ? : sociologie de la blogosphère politique française / Marie Neihouser ; préface de Jean-Yves Dormagen,...

A pour autre édition sur un support différent : Un nouvel espace médiatique ? Sociologie de la blogosphère politique française Marie Neihouser 2015

Auteur(s) : Neihouser, Marie

Autre(s) responsabilité(s) : Dormagen, Jean-Yves (1967-....) (Préfacier)

Publication : [Bayonne] : Institut universitaire Varenne [Issy-les-Moulineaux] : diff. LGDJ-Lextenso éditions, DL 2016

Description matérielle : 1 vol. (XIX-375 p.) : couv. ill., tabl. ; 24 cm

Collection : Collection des thèses 133

ISBN : 978-2-37032-100-8

EAN : 9782370321008

Appartient à la collection : Collection des thèses (Fondation Varenne) 1953-986X 133

Classification décimale Dewey : 302.231

Note(s) : En appendice, questionnaire d'enquête et liste des entretiens

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. [293]-319. Glossaire

Note de thèses et écrits académiques : Texte remanié de Thèse de doctorat Science Politique Montpellier 2015

Résumé ou extrait : La 4e de couverture indique : "Alors que les démocraties occidentales voient leur population toujours moins impliquée en politique, les outils numériques offriraient de nouvelles possibilités susceptibles de remobiliser les citoyens. Les blogs politiques, en particulier, permettraient à de nouvelles populations de publiciser à moindres coûts leurs opinions politiques en ligne. En parallèle à

l'espace de l'action politique spécialisée et à l'espace médiatique, se formerait alors un nouvel espace de discussion et de publicisation d'idées politiques, ouvert à tous et susceptible de rencontrer une audience considérable. La question est alors de savoir si, aujourd'hui, les blogs politiques permettent à un nouveau type de producteurs de messages politiques d'accéder à de nouveaux publics. Nous démontrons que seuls les blogueurs ayant une visibilité antérieure dans le champ médiatique classique, de par leurs positions politiques ou professionnelles, sont susceptibles de rencontrer un public sur leur blog. Loin d'avoir permis à de nouveaux producteurs de messages politiques d'acquérir de l'audience, la blogosphère politique apparaît au contraire encadrée dans les champs politique et médiatique dont elle prolonge très largement les hiérarchies. Ainsi, notre travail tend à invalider la représentation enchantée d'une blogosphère politique qui, comme l'avançaient les tenants de la thèse cyber-optimiste, devait permettre à de nouveaux producteurs de messages politiques de rencontrer de nouveaux publics."

While the population of western democracies is less and less involved in politics, digital tools would seem to offer new possibilities to remobilize citizens. Political blogs can allow new people to publish their political opinions online. In addition to existing political and media spaces, a new space of discussion and publication of political ideas would thus appear, allowing every citizen to participate and to be widely read. The question for research is whether political blogs today allow a new type of political message producer to reach a new audience. We demonstrate that only bloggers having previous visibility in the classic media field, due to their political or professional positions, can have a large audience on their blog. Far from having allowed new producers of political messages to attain a large audience, the political blogosphere seems on the contrary embedded in the political and media fields, of which it largely extends the hierarchies. Our work, accordingly, tends to validate the idea of a political blogosphere which, according to the cyber-optimistic thesis, would have allowed new producers of political messages to get new audience.

Sujet - Nom commun : Blogs -- Aspect politique -- France

Sociologie politique -- France

Communication en politique -- France

Internet -- Aspect politique -- France