

La fabrique de l'autorité

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : La fabrique de l'autorité : figures des décideurs en régime médiatique / [colloque, 24-25 septembre 2015, au CELSA ; organisé par le GRIPIC, Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication] ; dirigé par Adeline Wrona et Emeline Seignobos

Auteur(s) : Wrona, Adeline (19..-....) professeure en sciences de l'information de la communication

Autre(s) auteur(s) : Seignobos, Emeline (1977-....)

Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication Paris 1992-....

Publication : [Neuilly-sur-Seine] : CELSA Paris-Sorbonne Paris : Les petits matins, DL 2017

Description matérielle : 1 vol. (238 p.) : tabl. ; 20 cm

Collection : Médias, politique & communication 2491-1127

ISBN : 978-2-36383-236-8

EAN : 9782363832368

Appartient à la collection : Médias, politique & communication 2491-1127

Classification décimale Dewey : 320.014

Note sur les bibliographies et les index : Notes bibliogr.

Résumé ou extrait : La 4e de couverture indique : "Peut-on qualifier de « crise de la représentation » la situation actuelle en France ? Devenir « décideur » en lançant une pétition en ligne ; partager sur les réseaux les compétences qui font le « vrai leader » ; révéler les secrets du pouvoir présidentiel par les fuites savamment orchestrées de confessions auprès de journalistes : autant de pratiques contemporaines dans lesquelles le développement des médias modifie en profondeur les figures du pouvoir. L'objet de ce livre est de comprendre comment la « fabrique de l'autorité » se transforme avec le système médiatique. Car être décideur, c'est apparaître comme tel aux yeux du public ; le charisme est avant tout une question de médiagénie. Du patron se prêtant à une émission de télé-réalité au Premier ministre jouant du menton au JT de 20 heures, aucun secteur de la société n'échappe à cette règle. Les différents chapitres réunis ici explorent cette logique médiatique du pouvoir, économique ou politique, en montrant qu'elle se joue

autant dans la gestion de la mémoire de l'État (c'est le rôle des Archives nationales) que dans le quotidien de l'Élysée. Un entretien exclusif avec le conseiller en communication de François Hollande, Gaspard Gantzer, conclut ce parcours."

Sujet - Nom commun : Médias et politique

Charisme

Communication en politique

Communication dans les organisations

Autorité

Prise de décision

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Actes de congrès