

Table des matières

INTRODUCTION	7
Les médias dans la réalité sociale	7
La faute à la télévision?	9
Le fil directeur de ce livre	10
Vous avez dit « télévision »?	11
CHAPITRE 1. LE « POUVOIR » DES MÉDIAS	13
La magie du « pouvoir »	14
<i>La pérennité de la croyance</i>	15
<i>Le marketing politique</i>	17
Le paradigme des effets puissants	19
<i>La conviction d'une influence persuasive</i>	19
<i>Un paradigme qui devient filigrane</i>	22
Le paradigme des effets limités	25
<i>La pluralité des sources d'informations</i>	26
<i>Plutôt partir des récepteurs</i>	28
Conclusion	31
CHAPITRE 2. LES RAPPORTS PRESSE-POLITIQUE	33
<i>Des interactions explicables sociologiquement</i>	34

Les structures de l'interdépendance	35
<i>L'emprise de logiques sectorielles</i>	35
<i>Les positions occupées par les protagonistes</i>	38
<i>L'efficacité électorale des partis politiques</i>	39
<i>Les protagonistes en tant qu'individus sociaux</i>	41
Le déroulement des interactions	44
<i>La répartition des rôles en débat</i>	44
<i>Plusieurs « rôles démocratiques » possibles</i>	45
<i>Des rapports de forces à préciser</i>	49
<i>Les échanges de « coups »</i>	51
Conclusion	54
CHAPITRE 3. LA POLITIQUE À LA TÉLÉVISION	55
<i>Une vision enchantée</i>	55
<i>Les ambiguïtés de la « médiacratie »</i>	57
Les structures de la télévision	60
<i>Les débuts de l'information télévisée</i>	61
<i>Historique des émissions politiques</i>	63
<i>La centralité parisienne</i>	66
<i>Le « paysage audiovisuel français » (PAF)</i>	67
<i>Le « service public » de l'audiovisuel</i>	69
<i>L'agence de régulation du secteur</i>	70
<i>Le contrôle de l'antenne</i>	72
Le traitement journalistique	76
<i>La couverture de l'actualité politique</i>	78
<i>La hiérarchisation des informations</i>	80
<i>Les dilemmes des journalistes politiques</i>	84
Conclusion	87

CHAPITRE 4. LES CAMPAGNES PRÉ-ÉLECTORALES	89
<i>L'illusion du spontanéiste démocratique</i>	89
Un travail de mobilisation tous azimuts	91
<i>L'origine des « campagnes » électorales</i>	91
<i>Des mobilisations multisectorielles</i>	96
<i>Une interdépendance élargie</i>	98
<i>Le séquençage des campagnes électorales</i>	100
<i>La couverture journalistique</i>	103
<i>Les « duels » d'entre-deux tours</i>	105
Les points aveugles de la « rationalisation »	107
<i>La « communication politique »</i>	108
<i>Le répertoire d'actions statique</i>	110
<i>La centralité des sondages</i>	112
<i>Le firmament des journalistes politiques</i>	116
<i>Les effets d'agenda, de cadrage et d'amorçage</i>	119
Conclusion	124
CHAPITRE 5. QU'EST-CE QU'UN VOTE?	125
Le vote comme rituel	126
<i>L'imposition progressive du rituel</i>	127
<i>Le déroulement du rituel électoral</i>	134
Les déterminants du vote	138
<i>La participation au rituel</i>	139
<i>Comment expliquer les votes</i>	143
<i>Une grille d'analyse plus féconde</i>	146
Conclusion	149

CHAPITRE 6. LES SOIRÉES ÉLECTORALES TÉLÉVISÉES	151
<i>L'utilité de la notion de rite</i>	152
La couverture avant 20 heures	156
<i>La naissance des soirées télévisées</i>	157
<i>L'évocation du scrutin par les chaînes</i>	159
<i>L'avant-soirée télévisée</i>	160
Le déroulement de la soirée télévisée	162
<i>La mise en scène spatio-temporelle</i>	163
<i>La coproduction de l'événement</i>	165
<i>La construction du sens de l'événement</i>	167
La restauration de la situation ordinaire	171
<i>Les procédés de clôture du rituel</i>	171
<i>Les réactions des citoyens profanes</i>	175
Conclusion	179
CONCLUSION	181
LISTE DES SIGLES	189
BIBLIOGRAPHIE	191