

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|-----------|
| 1. Mot d'introduction | 3 |
| 2. Les effets structuraux des médias..... | 5 |
| Cartographie d'un champ de recherche..... | 5 |
| Les théories du malaise médiatique..... | 6 |
| Les théories du cercle vertueux et de la mobilisation..... | 8 |
| Les théories de l'<i>agenda-setting</i> et du <i>priming</i>..... | 11 |
| Les théories du cadrage..... | 13 |
| 3. Les effets des médias à l'ère du 2.0..... | 16 |
| La médiatisation : troisième âge de la communication politique | 16 |
| L'influence du contexte 2.0 sur le journalisme traditionnel..... | 17 |
| L'interaction entre les journalistes et les politiciens..... | 17 |
| L'impact sur les pratiques journalistiques..... | 18 |
| La relation entre journalistes et citoyens..... | 19 |
| Participation politique 2.0..... | 19 |
| Renouvellement du concept de participation..... | 21 |
| Blogosphère, pouvoir et participation | 21 |
| Blogues, médias traditionnels et <i>agenda-setting</i> | 22 |
| Impact des blogues sur le journalisme traditionnel | 22 |
| Blogosphères canadienne et québécoise | 24 |
| Blogosphère : mobilisation ou accroissement des écarts sociaux?..... | 24 |
| Vers un retour aux effets limités des médias? | 25 |
| Exposition sélective et polarisation des opinions..... | 26 |
| Internet et le « <i>knowledge gap</i> » | 27 |
| Effet de sélection ou effet des médias? Le modèle des spirales qui se renforcent | 28 |
| Rôle des leaders d'opinion sur les réseaux sociaux..... | 29 |
| Leaders d'opinion et flux de communication..... | 29 |
| Leaders d'opinion « traditionnels » et « nouveaux » leaders d'opinion..... | 30 |
| 4. Conclusion | 33 |
| 5. Bibliographie..... | 37 |