La médiatisation des associations humanitaires au Liban : entre le politique et le religieux (Document en Français)

Accès au(x) document(s)

Accéder au(x) document(s) :

https://docassas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/2bf6914e-dd1a-4387-8c3c-3b93a4ed2ea7

https://docassascujas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/2bf6914e-dd1a-4387-8c3c-3b93a4ed2ea7

Ce document est protégé en vertu du Code de la Propriété Intellectuelle.

Modalités de diffusion de la thèse :

- **Thèse soumise à l'embargo de l'auteur : embargo illimité (communication intranet).**

Informations sur les contributeurs

Auteur : Harfouche Rima
Date de soutenance : 16-11-2015

Directeur(s) de thèse : Rieffel Rémy

Etablissement de soutenance : Paris 2
Ecole doctorale : École doctorale des sciences économiques et gestion, sciences de l'information et de la communication (Paris)

Informations générales

Discipline : Science de l'information
Classification : Médias d'information, journalisme, édition

Mots-clés libres : Associations humanitaires, Communication, Evènement, Journalistes, Média, Pathémisation, Politique, Public, Religieux, Représentation
Mots-clés :

- Médias et aide humanitaire - Liban
- Organisations non gouvernementales - Dans la presse - Liban
- Médias et opinion publique - Liban
- Religion et politique - Liban

Résumé : Cette thèse a pour objet d'examiner la médiatisation des associations humanitaires au Liban, à partir de l'étude des productions médiatiques de trois associations, entre 2009 et 2011. La première partie fait ressortir l'évolution de l'action humanitaire, ses objectifs et ses stratégies de communication. L'art de la rhétorique, la suprématie de l'image ainsi que le témoignage humain contribuent à la légitimisation des associations. La deuxième partie est centrée sur les formes de mise en visibilité des associations. Une analyse approfondie de leurs productions médiatiques révèle que les cadrages retenus mettent en oeuvre plusieurs processus afin d'affirmer l'identité, la mission et l'engagement religieux et politique de l'association. La troisième partie porte sur les différentes visées de captation des associations et leurs résonances dans la presse écrite. L'étude est menée à partir des composantes visuelles, verbales et sonores de ces productions médiatiques qui déclenchent le mécanisme des neurones miroirs et l'identification avec les victimes. L'analyse montre que la scénarisation des activités humanitaires par la presse écrite entraîne une pathémisation de l'opinion publique, ce qui résulte en une adhésion à l'association, ainsi qu'à son projet politique et religieux.

Informations techniques

Type de contenu : Text
Format : PDF

Informations complémentaires

Entrepôt d'origine :
Identifiant : 2015PA020052
Type de ressource : Thèse