

## Table des matières

<b>Avant-propos à la seconde édition .....</b>	<b>5</b>
<b>Introduction Éléments de sociologie du champ médiatique....</b>	<b>7</b>
Vue d'ensemble .....	7
Le projet d'une sociologie générale des médias.....	8
La sociologie du discours au cœur de la sociologie des médias..	11
Les actes médiatiques .....	14
Fondements .....	17
Plan de l'ouvrage .....	20
Représenter le monde commun : une malédiction ?.....	22
<b>Chapitre 1 Médias et réalité.....</b>	<b>29</b>
Le paradoxe du journaliste.....	29
Processus de la réalité.....	31
Complexité de la réalité.....	34
La notion de cadre.....	37
Langues et jeux de langages .....	40
L'expérience et les faits.....	43
<b>Chapitre 2 Les nouvelles, fondement de l'actualité .....</b>	<b>48</b>
Du fait à la nouvelle .....	48
Recadrages médiatiques .....	51
Nouvelles économiques du <i>Soir</i> .....	56
Faits divers du <i>Soir</i> .....	60
Nouvelles politiciennes du <i>Canard enchaîné</i> .....	64
Nouvelles du <i>Téléjournal</i> .....	67
Formation des cadres médiatiques .....	72

Vies médiatiques .....	74
Vérité et vraisemblance des nouvelles.....	78
<b>Chapitre 3 Expliquer / Interpréter le monde : le langage des événements.....</b>	<b>83</b>
La nécessité de l'explication .....	83
Modèles d'événements médiatiques .....	87
<i>Libération</i> : de l'erreur judiciaire à l'erreur administrative.....	92
<i>Voici</i> et la vie heureuse (des stars).....	99
Le Treize heures et la voix des Français.....	104
Modèles d'événement et crédibilité de l'actualité .....	107
Autorité des modèles d'événement.....	110
Événements, jugements et valeurs.....	112
<b>Chapitre 4 La ritualisation de l'actualité : les dispositifs médiatiques.....</b>	<b>117</b>
Communication et actes rituels .....	117
Dispositif et deixis.....	118
Rituel et identité .....	121
Phénoménologie symbolique des dispositifs .....	124
Le théâtre du <i>Vrai journal</i> .....	127
Europe n° 1 et le ballet holographique des voix .....	129
Faconde du <i>Canard enchaîné</i> .....	131
Dispositifs et modalisations .....	132
<b>Chapitre 5 L'identité discursive des institutions médiatiques ....</b>	<b>137</b>
La notion d'identité discursive.....	137
Identité discursive et champ médiatique.....	139
<i>Le Matin</i> , un journal déchiré .....	142
<i>L'impossible normalité</i> .....	143
<i>Le « courrier des lecteurs »</i> .....	147

<i>Les éditoriaux</i> .....	148
<i>Dire la terreur</i> .....	154
<i>Résister</i> .....	158
L'identité discursive comme personnalité symbolique .....	159
La composition des espaces .....	160
Identité discursive et public d'un média .....	162
<b>Chapitre 6 La sociologie des discours appui de la sociologie des médias</b> .....	<b>165</b>
Bilan de la sociologie du discours médiatique .....	165
<i>Sociologie du discours et champ médiatique</i> .....	169
<i>Production 1 : sources et rapports</i> .....	169
<i>Production 2 : modèles de rationalités et explications</i> .....	171
<i>Production 3 : organisation entrepreneuriale et rituels de l'actualité</i> .....	173
<i>Production 4 : identités des entreprises médiatiques</i> .....	175
<i>Le discours médiatique, expression du champ médiatique</i> .....	177
Sociologie du discours et réception des médias .....	178
<i>Réception 1 : vérité et vraisemblance</i> .....	179
<i>Réception 2 : interprétances et identités</i> .....	179
<i>Réception 3 : cadres de participation</i> .....	180
<i>Réception 4 : appropriations</i> .....	180
<i>Le sens de la réception</i> .....	181
Pour conclure .....	182
<b>Index des définitions</b> .....	<b>143</b>