

## Table des matières

Présentation.....	5
-------------------	---

### Première partie LES OBJETS

#### Les médias et leurs publics

<i>Jean-Pierre Esquenazi</i> .....	9
Les publics méconnus, à propos de quelques illusions.....	9
La connaissance des publics.....	11
<i>Le public comme communauté imaginaire</i> .....	11
<i>Le public comme masse</i> .....	13
<i>Les publics identifiés</i> .....	15
<i>Des publics actifs</i> .....	17
Un modèle pour l'étude des publics.....	18
<i>L'espace de présentation : le cadre de l'interprétation</i> .....	19
<i>Interprétation et appropriation : l'évaluation de l'énonciation...</i>	20
<i>Interprétation et restructuration : les grammaires     d'interprétation</i> .....	21
<i>Paraphrases</i> .....	22
Bibliographie.....	24

#### Pratiques culturelles et médiation

<i>Michèle Gellereau</i> .....	25
La médiation culturelle.....	25
<i>Médiation et culture, deux modes d'approche</i> .....	26
<i>Une notion en construction</i> .....	28
<i>La médiation : ingénierie ou utopie ?</i> .....	30
Quels acteurs ? Quelles pratiques ? Quelles formations ?.....	31
<i>Un domaine professionnel : brève enquête sur les acteurs     et les rôles</i> .....	32

<i>La culture de tous</i> .....	34
<i>Ce que les métiers et les formations révèlent comme tensions</i> .....	35
<i>Une notion vivante mais discutée : de l'importance de diversifier les approches</i> .....	36
<i>Des dévoiements aux questions épistémologiques</i> .....	37
<i>La rencontre entre œuvres, publics, amateurs et créateurs : de la pertinence d'un tiers ?</i> .....	38
Bibliographie .....	41
<b>L'information-documentation</b>	
<i>Jean-Paul Metzger</i> .....	43
La documentation .....	44
<i>Le document</i> .....	44
<i>Ressource matérielle d'information</i> .....	44
<i>Savoir et représentation</i> .....	46
<i>Le caractère instructif du document</i> .....	47
<i>La collection</i> .....	48
<i>L'archive</i> .....	49
Le système d'information .....	51
<i>Le public</i> .....	51
<i>Le service</i> .....	52
<i>Le dispositif</i> .....	54
L'accès à l'information .....	55
<i>Le désir et le besoin de savoir</i> .....	56
<i>La recherche d'information</i> .....	57
<i>Le traitement de l'information</i> .....	59
Bibliographie .....	61
<b>Pairs, sources et publics du journalisme</b>	
<i>Roselyne Ringoot, Denis Ruellan</i> .....	63
Les journalistes en quelques chiffres .....	63
Les évolutions de l'identité professionnelle .....	66
Les rapports aux sources .....	69

Les rapports aux publics .....	72
Une interrelation généralisée .....	75
Bibliographie.....	77
<b>La communication politique désenchantée</b>	
<i>Jacques Le Bohec</i> .....	79
L'emprise du marketing.....	79
<i>Des reconstructions a posteriori</i> .....	80
« On me dit de faire le con, alors je fais le con ! » .....	81
Un sous-champ du savoir séparé.....	83
<i>Un flou sémantique</i> .....	83
<i>Une opération cosmétique</i> .....	84
<i>Une pratique qui relève de la magie</i> .....	86
Les points aveugles de l'approche classique .....	87
<i>L'influence supposée</i> .....	87
<i>Du mot à la chose</i> .....	88
<i>Le mythe du professionnalisme</i> .....	89
<i>Une vision instrumentale</i> .....	90
<i>La posture scolastique</i> .....	91
Une contextualisation indispensable .....	92
<i>Les sondages</i> .....	93
<i>Les rapports entre presse et politique</i> .....	94
<i>Les déterminants sociaux des votes</i> .....	95
<i>La compétition inter- et intra-partisane</i> .....	96
<i>La communication incontrôlée</i> .....	98
Bibliographie.....	100
<b>La communication publique Communication d'intérêt général et exercice du pouvoir</b>	
<i>Caroline Ollivier-Yaniv</i> .....	103
Aux origines de la communication publique.....	104
<i>De l'information de service à l'e administration</i> .....	105

<i>La communication publique, une identité professionnelle en construction</i> .....	108
Les registres de la communication publique.....	111
<i>La mise à disposition des données publiques</i> .....	111
<i>La problématique des relations avec les publics</i> .....	111
<i>La dimension communicationnelle de l'action publique</i> .....	112
<i>Image et visibilité des institutions publiques</i> .....	114
<i>Communication et décision politique : concertation et débat public</i> .....	114
L'interdépendance avec le politique .....	115
<i>La communication publique en contexte électoral : un cadre légal complexe</i> .....	115
<i>La communication publique comme composante de la communication du politique</i> .....	116
Bibliographie.....	118
<b>Territoires, médias et communication</b>	
<i>Isabelle Pailliar</i> .....	119
Les temps de la communication des collectivités territoriales .....	121
<i>Repères historiques</i> .....	121
<i>Le journal municipal</i> .....	124
Les modalités de structuration de la communication territoriale .....	126
<i>Communication et activités politiques</i> .....	126
<i>Professionnalisation et compétences</i> .....	128
<i>Technicisation renforcée, autonomisation limitée</i> .....	129
Entre tradition et innovation .....	131
<i>Les techniques d'information et de communication</i> .....	132
<i>La participation mais jusqu'où ?</i> .....	133
Bibliographie.....	136

**La communication des organisations**

<i>Nicole D'Almeida, Yanita Andonova</i> .....	137
Émergence et légitimité de la communication des organisations .....	137
<i>Définition des termes</i> .....	137
<i>Émergence du champ</i> .....	139
<i>Légitimité du champ</i> .....	140
Organisations communicantes .....	141
<i>Pratiques professionnelles</i> .....	141
<i>Dispositifs d'information et de communication</i> .....	144
<i>Enjeux et perspectives</i> .....	147
Communication organisante .....	148
<i>Un projet interdisciplinaire</i> .....	148
<i>Spécificités de l'approche communicationnelle</i> .....	150
Bibliographie .....	152

**Le Web : outils de communication, objet de connaissance**

<i>Christine Barats</i> .....	155
Autour du Web : extension du domaine de la communication .....	157
<i>Un développement fulgurant</i> .....	158
<i>La conquête des sphères privées et publiques</i> .....	159
<i>Le Web pour l'entreprise</i> .....	160
Le Web : de la ressource à l'effet « boîte noire » .....	163
<i>Prolifération de l'information, hypermnésie du Web et profusion de traces</i> .....	164
<i>Méthodes pour analyser le Web : contenus, pratiques, flux</i> .....	166
Un média pour le XXI <sup>e</sup> siècle .....	168
Bibliographie .....	169
Sites recommandés .....	171

## Deuxième partie LES SAVOIRS

### Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique

<i>Bernard Miège</i> .....	175
Des originalités persistantes .....	179
Deux modèles fondamentaux : le modèle éditorial et le modèle du flot .....	182
<i>Le modèle</i> .....	183
<i>Une différenciation multicritères</i> .....	183
<i>La modélisation et ses déclinaisons</i> .....	183
La publicité et autres dispositifs de promotion et de stimulation .....	184
Une convergence à plusieurs facettes .....	187
La concentration pressante : plus que jamais.....	189
Bibliographie.....	192

### Les anthropologies de la communication

<i>Stéphane Olivesi</i> .....	193
« Palo Alto », paradigme dominant et réduction pragmatiste .	194
<i>Une œuvre fondatrice</i> .....	194
<i>Modèles et concepts</i> .....	195
<i>Critique de l'analyse systémique</i> .....	197
Le symbolique ou l'inconscient de la communication.....	197
<i>La psychanalyse et le marxisme requalifiés</i> .....	197
<i>Qu'est-ce que l'efficacité symbolique ?</i> .....	199
<i>L'ordre symbolique</i> .....	200
<i>Violence symbolique et habitus</i> .....	201
Deux modèles d'anthropologie pour les SIC.....	203
<i>La microsociologie de Goffman</i> .....	204
<i>La socio-histoire selon Elias</i> .....	205
Bibliographie.....	206

## **L'histoire des moyens de communication dans l'espace public**

<i>Roger Bautier</i> .....	207
Une histoire des pouvoirs de la communication.....	208
<i>La démarche rhétorique</i> .....	208
<i>La persuasion et la distinction</i> .....	209
<i>La maîtrise de la communication</i> .....	210
Une histoire du contrôle de la communication .....	212
<i>Une liberté de communiquer ?</i> .....	212
<i>Un préalable : la liberté d'examen</i> .....	213
<i>Les formes d'intégration</i> .....	214
Une histoire des normes de la communication .....	216
<i>Une politique de la langue et de la lecture</i> .....	216
<i>Traiter l'information</i> .....	217
<i>Les exigences culturelles</i> .....	218
Bibliographie.....	221

## **L'analyse du discours**

<i>Simone Bonnafous, Alice Krieg-Planque</i> .....	223
Les deux périodes de l'analyse du discours .....	224
<i>L'école du dévoilement : 1960-1980</i> .....	224
<i>L'analyse du discours aujourd'hui</i> .....	227
Analyse du discours et sciences de l'information et de la communication : une rencontre tardive.....	229
Travailler en analyse du discours : corpus et questionnements .....	231
<i>Des corpus en rapport avec des hypothèses</i> .....	231
<i>Une diversité d'objets et de questionnements</i> .....	232
Bibliographie.....	237

## **Sémiotique, sémiologie et analyse de la communication médiatique**

<i>Guy Lochard, Jean-Claude Soulages</i> .....	239
Trois ancrages disciplinaires.....	239

<i>La linguistique</i> .....	240
<i>La philosophie</i> .....	242
<i>Les études littéraires</i> .....	242
Du signe linguistique aux systèmes signifiants : les déplacements du modèle structural.....	243
Du modèle du code au modèle de l'inférence .....	247
De la signification à l'usage .....	249
Bibliographie.....	251

### Troisième partie LA DISCIPLINE

#### **SIC : l'institutionnalisation d'une discipline**

<i>Robert Bourc</i> .....	255
Pourquoi faire l'histoire de sa discipline ?.....	255
Une histoire, mais laquelle ? .....	257
<i>Pour une histoire globale</i> .....	257
<i>Pour l'étude des processus d'institutionnalisation cognitive et sociale</i> .....	258
<i>La question de la méthode</i> .....	259
Deux ou trois choses qu'il faut savoir sur les origines des SIC .....	260
<i>Une interdisciplinarité fondatrice ?</i> .....	260
<i>Des origines peu nobles ?</i> .....	261
<i>Des origines principalement littéraires ?</i> .....	264
Bibliographie.....	267

#### **SIC : cartographie d'une discipline**

<i>Pascal Froissart</i> .....	269
Une communauté par le nombre.....	271
<i>Une croissance forte</i> .....	271
<i>Les composantes de la croissance des SIC</i> .....	274
<i>Les liens des SIC avec les autres disciplines</i> .....	278



Une communauté productrice de savoirs .....	279
<i>Les thématiques des SIC dans l'enseignement</i> .....	280
<i>Les thématiques des SIC dans la recherche</i> .....	283
Une pratique scientifique .....	286
Une discipline sexuée... ..	288
Annexe .....	291
Bibliographie.....	293