

TABLE DES MATIÈRES

- 5 Introduction
- 17 L'événement comme enjeu
Comment définir l'événement? 20. – De l'événement politique à l'événement médiatique, 24. – La captation de l'événement par le champ journalistique, 29. – Une production collective, 32. – Le public comme coproducteur de l'événement, 34. – Une contradiction structurale, 38. – La diffusion comme capital, 43. – Un piège à journalistes, 48. – L'événement fabriqué, 52.
- 61 La double dépendance
Une position ambiguë, 64. – Le journaliste entre la politique et l'économie, 69. – Les transformations technologiques du métier, 74. – La structure duale du champ journalistique, 78. – Les deux principes de légitimité, 83.
- 91 La fin d'un magistère
Objectiver l'objectivation, 94. – Une véritable institution, 98. – Une hégémonie mise en péril, 102. – La fin d'un magistère, 107. – Le « travail » du médiateur, 112. – Gérer les transgressions, 122. – Légitimer l'inévitable, 129.
- 137 Les médias, « la pensée par sondages » et internet
Les journalistes et les enquêtes par sondages, 140. – Manipulation consciente et inconscient politique, 145. – Les sondages d'audience, 148. – Le public des réalisateurs, 150. – Importance croissante du taux d'audience, 154. – Le public comme « part de marché » (la dictature de l'audimat), 158. – Une nouvelle légitimité, 162. – Arte: un dispositif quasi expérimental, 165. – Internet et les transformations de l'espace médiatique, 168. – Une production et une diffusion de l'information modifiées, 172.
- 177 Conclusion: Pour un service public de l'information
- 181 Notes