

TABLE DES MATIÈRES

CONTRIBUTION À LA CRITIQUE DE L'ÉCONOMIE POLITIQUE DE LA COMMUNICATION	9
---	---

CHAPITRE 1 HISTOIRE ET MARCHANDISATION DU SYMBOLIQUE	19
---	----

Les « médias » ou la production en masse de contenus symboliques	24
Catégories de la critique	32
Les contenus médiatiques comme marchandise	37
L'audience au cœur du capitalisme à l'heure des <i>mass media</i>	46
Les étapes du processus de marchandisation des médias	57

CHAPITRE 2

L'IMAGINAIRE LIBÉRAL DU CAPITALISME MONOPOLISTE 71

Les médias dans le capitalisme monopoliste 75

Libéralisation, dérégulation, financiarisation 82

Enjeux culturels et politiques
de la concentration médiatique 94

La promesse éternelle du retour au stade libéral 110

CHAPITRE 3

LES MÉDIAS DANS LA CRISE 123

Crise du capitalisme et « société
de l'information » : mythologie néolibérale 125

Crise des promesses de sortie de crise :
analyse des contradictions « internes » 135

Suraccumulation prédatrice et crise écologique 146

Vers l'épuisement des ressources symboliques ? 156

ÉPILOGUE 171

REMERCIEMENTS 179