

# 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