

Les “médias”, agents conservateurs de l’ordre social ? Programme RT37 Congrès AFS 2021

Dans le cadre du IXe Congrès de l’AFS qui porte sur le thème « Changer ? », le réseau thématique « Sociologie des médias » (RT37) propose un programme de sessions qui interroge le rôle des médias dans la transformation et la conservation de l’ordre social.

Le programme regroupe six sessions, chacune animée par un.e discutant.e. L’une des sessions est croisée avec le RT50 « Socialisations ».

17 communications scientifiques préparées par 24 auteur.e.s sont présentées. En raison de la situation sanitaire, l’ensemble des échanges est dématérialisé.

Université de Lille | Campus scientifique de Villeneuve-d’Ascq

En ligne | 6-9 juillet 2021

Programme des sessions du réseau thématique « Sociologie des médias » (RT37)

Les “médias”, agents conservateurs de l’ordre

social ?

Session 1. Critiques de l'ordre médiatique et légitimation politique | Mardi 6 juillet 2021 | 10h30-12h30

Discutant : Samuel Bouron (Université Paris Dauphine, IRISSO)

- Alan Ouakrat (Université Paris 3, IRMECCEN) et Jérôme Pacouret (Université Paris I, CESSP), « **Consécration politique et légitimation médiatique des idées d'extrême droite, le cas Valeurs Actuelles.** »

La communication porte sur le « médiactivisme » réactionnaire porté par l'hebdomadaire Valeurs Actuelles (VA) et les conditions de sa légitimation auprès d'autres médias et de professionnels de la politique. Sur les plans théorique et méthodologique, l'enjeu de cette communication est de concilier l'approche monographique d'un titre de presse avec une approche relationnelle du champ journalistique. La position de Valeurs Actuelles dans le champ journalistique, objectivée à l'aide de données statistiques sur les circulations d'informations, sera rapportée à une stratégie économique, éditoriale et numérique de conquête de l'espace public. La légitimation de Valeurs Actuelles apparaît être le résultat d'un travail de construction de respectabilité, dont il importe de comprendre les ressorts dans sa capacité à orienter le débat public en mettant à l'agenda politique et médiatique un certain nombre de thèses et de personnalités réactionnaires. Nous proposons d'analyser l'attrait exercé par VA dans les champs journalistique et politique, malgré un lectorat relativement faible comparativement à d'autres médias. À partir des données statistiques sur les circulations d'informations collectées par l'INA, d'entretiens semi-directifs auprès de journalistes et de responsables de la rédaction de l'hebdomadaire et d'autres professionnels du

groupe Valmonde, ainsi que d'entretiens auprès de journalistes d'autres titres, nous explorons les déterminants du relatif succès de la stratégie de VA. Par ailleurs et en complément, l'étude de la médiatisation de VA par les controverses que le média suscite dans le champ journalistique, et en particulier auprès des médias dominants de la presse écrite, permet d'objectiver dans quelle mesure et dans quels termes l'hebdomadaire provoque des réactions qui participent aussi à la légitimation de sa place et de ses idées dans l'espace médiatique et politique.

- Ariane Bénoliel, (Université Paris 2, CARISM), « **Lutter contre l'invisibilisation sans chercher à devenir visible ? Les pratiques médiatiques et politiques de collectifs militants féministes antiracistes français (23 novembre 2019 – 8 mars 2020)** »

La critique des modalités de représentation des groupes minoritaires – notamment leur invisibilisation ou leurs traitements stéréotypants – est au cœur des revendications portées par les militantes féministes antiracistes. Si celles-ci s'emparent des outils numériques afin de produire des contre-discours politiques, cette communication propose de rendre compte des stratégies médiatiques et politiques de collectifs et d'associations moins visibles que des figures militantes ou des producteur-ice-s de contenus en ligne et plus axés sur des actions de terrain. Elle se fonde sur une observation ethnographique, des entretiens semi-directifs ainsi qu'une étude de contenus en ligne menés dans le cadre d'un travail de mémoire de recherche de Master 2.

- Raphaël Lupovici (Université Paris 3, IRMECCEN), « **Les Gilets jaunes, des critiques face aux institutions médiatiques?** »

Le mouvement des Gilets jaunes s'est distingué par un rejet des médias qui a conduit certains d'entre eux à s'interroger publiquement sur les raisons de ce désaveu. Cette

communication aura pour objet de présenter les résultats préliminaires d'une enquête exploratoire qui questionne les conditions sociales de possibilité de cette « défiance » dans le rapport des Gilets jaunes aux médias – conçus comme des institutions. Nous supposons que l'hégémonie des discours médiatiques s'est heurtée aux dispositifs numériques tels que les réseaux socionumériques (RSN). En offrant aux acteurs l'accès à des points de vue alternatifs, ces derniers les ont aidés à s'émanciper des représentations médiatiques dominantes. En nous appuyant sur des entretiens compréhensifs visant à éclairer le rapport des participants au mouvement des Gilets jaunes aux médias et à l'engagement politique à l'ère des RSN, nous analyserons également le rôle de ces derniers dans l'accès aux représentations de la réalité sociale, et dans la possibilité pour les acteurs de rapprocher leur vécu de celui des autres, permettant ainsi de sortir de l'isolement puis de s'investir dans un mouvement de contestation.

Session 2. Médias, socialisation et formation des dispositions individuelles | Mercredi 7 juillet 2021 | 9h-10h30 (session croisée avec le RT50)

Discutant : David Pichonnaz (Haute école de travail social, HES-SO Valais-Wallis)

- **Maialen Pagiusco (IEP de Toulouse, LaSSP), « Homosexualités et socialisations par les 'médias'. Le rôle variable des pratiques médiatiques dans les biographies sexuelles »**

Si l'homosexualité semble toujours plus visible et plus explicite dans les « médias », le passage de l'invisibilité à l'omniprésence ne doit pas tromper sur la question de leurs « effets » d'autant que les travaux disponibles nous apprennent peu de choses, non seulement des sources et cadrages médiatiques opérés sur ces sujets, mais surtout sur la réalité

des appropriations du côté des publics. Cette communication s'intéresse ainsi à la façon dont les « médias » peuvent contribuer à la formation de représentations, de pratiques et d'identifications non-hétérosexuelles. On se concentrera sur les variations de ces effets socialisateurs, d'une part au cours des trajectoires, en analysant les différents temps de socialisation, et d'autre part au sein de l'espace social. La comparaison entre une cinquantaine d'enquêtés.e.s de divers milieux sociaux et genres éclairera à la fois la construction de rapports différenciés à l'homosexualité et la pluralité des réceptions et des appropriations de contenus médiatiques en lien avec les questions LGBT+.

- Muriel Mille (Université de Versailles-Saint Quentin, PRINTEMPS), Florence Eloy (Université Paris 8, CIRCEFT-ESCOL), Morgane Mabilie (Chargée d'études socio-économiques, Musée du Louvre) & Constance Thierry, « **La fiction en famille. Contextes de réception et effets socialisateurs du feuilleton Plus belle la vie** »

La communication propose d'analyser les processus de socialisation en jeu dans la consommation régulière d'un feuilleton télévisé quotidien français, Plus belle la vie (PBLV), en portant l'attention sur les contextes de réception, en particulier celui de la famille. Elle repose sur une enquête collective combinant entretiens et observations (n=32) avec des téléspectateur.trices de PBLV, recruté.es par interconnaissance dans des milieux variés. Selon la position sociale, l'âge, le genre et la configuration familiale, la consommation du feuilleton est plus ou moins collective et objet de « conversations télé ». Les effets socialisateurs du feuilleton sont ainsi modulés selon les contextes de réception du feuilleton et les réseaux de sociabilité ou les pratiques culturelles qui lui sont associées. L'analyse des résultats ne révèle donc pas d'effet socialisateur « direct » de la consommation du feuilleton, mais montre bien davantage comment les effets socialisateurs du feuilleton s'ancrent dans les

contextes de réception. Ces contextes orientent par exemple la manière de s'appropriier les messages politiques portés par le feuilleton dans une logique comparable à celle du two-step flow of communication décrite par Katz et Lazarsfeld. Nous nous intéresserons alors à la manière dont l'appropriation et l'interprétation des intrigues varie alors selon leurs contextes de réception et de socialisation des enquêté·es.

- Noémie Roques (Université Sorbonne Paris Nord, EXPERICE), « **Pratiques numériques et socialisation des adolescents aux déplacements dans la France rurale** »

Cette communication propose d'interroger la socialisation à la mobilité des adolescents sur un territoire français rural à l'aune du numérique, notamment du smartphone et des diverses applications de discussion en ligne. Prenant appui sur une enquête monographique, cette communication souhaite mettre en lumière le phénomène d'hyper-coordination entre parents et enfants ainsi qu'entre les enfants et ce qu'il implique en termes d'autonomie juvénile sur le territoire.

Session 3. Formation et variations des représentations du métier de journaliste | Mercredi 7 juillet 2021 | 11h-13h

Discutant : Géraud Lafarge (Université de Nantes, CENS)

- Ysé Vauchez (Université Paris I, CESSP), « **Form(at)er à la "bonne information" : de l'éducation aux médias en milieu scolaire** »

Ce travail se propose d'analyser empiriquement des cours d'éducation aux médias et à l'information (EMI), tels qu'ils se développent en France depuis 2016 pour des publics scolaires, en tant que dispositifs de socialisation aux et par les médias. A travers une série d'observations et d'entretiens, il apparaît que selon les dispositions sociales des acteurs menant ce type de dispositifs, les normes

transmises ou diffusées varient profondément : dans le rapport au système médiatique et à sa critique, comme dans le type de pratiques médiatiques valorisé voire imposé.

- Nathalie Nouailles (Université Toulouse 3, LERASS),
« **L'éducation à l'information par les journalistes : entre justification et inclusion des publics** »

Cette communication s'intéresse aux rôles que se donnent les journalistes dans les dispositifs scolaires en éducation aux médias et à l'information. Notre étude s'appuie sur neuf entretiens semi-directifs menés avec des journalistes intervenant dans le cadre de résidences et d'ateliers consacrés aux *fake news*. De l'application d'un genre journalistique comme démarche pédagogique à la mise en avant d'une approche créative de l'éducation à l'information d'actualité, en quoi ces démarches permettent-elles de réduire la défiance des collégien.nes et lycéen.nes à l'égard de l'information, des médias et des journalistes ?

- Camila Moreira Cesar (Université Paris 3, IRMÉCCEN / Université Laval, GRCP), « **Le journalisme au pluriel : profils, motivations et définitions de l'activité selon des étudiant-e-s en journalisme en France** »

Quelle(s) conception(s) du journalisme inspire(nt) les étudiant-e-s s'orientant vers cette profession en 2021 en France ? Comment définissent-ils le journalisme par rapport à d'autres activités voisines, à l'instar des métiers de la communication ? Quels liens peut-on établir entre les expériences de socialisation de ces acteurs et les rapports différenciés qu'ils entretiennent au journalisme ? Sans prétendre à l'exhaustivité, cette communication vise à répondre au moins en partie à ces questions. L'analyse est basée sur les résultats d'une enquête exploratoire menée auprès d'un échantillon d'étudiant-e-s inscrit-e-s dans différents établissements de formation en France.

Session 4. Les médias, agents de conversion et de conservation idéologique | Jeudi 8 juillet 2021 | 9h-10h30

Discutant : Philippe Riutort (IRISSO/Dauphine/CNRS)

- Ariane Benoliel (Université Paris 2, Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaires sur les médias – CARISM), Ysé Louchet (Université Paris 2, Institut Français de Presse – IFP) & Elsa Régnier (EHESS, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales), « **Une politisation du récit écologique ? La collapsologie dans les médias de 2015 à 2019** »

À travers une étude de la médiatisation de la « collapsologie » dans la presse généraliste française, cette communication pose la question de savoir si le traitement journalistique du récit « collapsologique » relève d'une politisation des enjeux écologiques dans les médias. L'étude porte sur un corpus composé de 197 articles publiés entre janvier 2015 et octobre 2019 dans 13 journaux généralistes ainsi qu'une dizaine d'entretiens menés avec des « collapsologues » et des journalistes. L'introduction de propositions politiques – telles que la décroissance ou la valorisation de l'action locale – ainsi que l'inscription des questions environnementales en dehors des rubriques scientifiques constituent une transformation politisante de leur cadrage médiatique. Toutefois, celle-ci n'est que partielle : les « collapsologues » ne sont pas « autrement socialisés » que les entrepreneurs de cause traditionnellement médiatisés et le récit qu'ils portent ne relève d'aucune grille de lecture politique – institutionnelle ou militante. Ce travail s'inscrit, dans ce sens, dans une réflexion plus large sur le rôle des organisations médiatiques et des journalistes dans la transformation et/ou la reproduction de l'ordre social et politique.

- Antoine Aubert (Université Paris I Panthéon-Sorbonne, CESSP), « **Les médias, principaux acteurs de la 'révolution conservatrice' des années 1980 ?** »

Cette communication revient sur le rôle des médias français dans la "révolution conservatrice" des années 1980. A partir d'une dense enquête prosopographique sur le devenir d'intellectuels révolutionnaires actifs entre 1968 et 1981 (n=813), à laquelle s'ajoute un important travail de dépouillement d'archives et la conduite d'une centaine d'entretiens, il s'agit de revenir sur le double rôle des médias, qui furent à la fois les principaux acteurs de l'invisibilisation des marxismes au sens large mais aussi de la justification du tournant, comme le montre le cas de *Libération*. Le principal résultat de l'enquête est que, parmi les intellectuels étudiés, très rares sont ceux dont la trajectoire au cours des années 1980 est marquée par le « changement » et donc par une conversion idéologique. Ce résultat ne signifie pas que les années 1980 ne sont pas marquées par une emprise croissante des idées conservatrices dans le champ intellectuel français, mais il nous encourage à déplacer le regard vers le rôle des médias dans ce changement.

- Martin Baloge (Université Paris I Panthéon-Sorbonne, CESSP / Université de Lorraine, CREM), Nicolas Hubé (Université de Lorraine, Centre de Recherche sur les Médiations – CREM) & Pierre Mayance (Université Paris I Panthéon-Sorbonne, CESSP), « **Jean-Jacques Bourdin au service de la démocratie ? Sociologie des rôles et conflictualité lors des interviews matinales** »

En France jusqu'alors, l'apparition du politique à la télévision a fait l'objet d'une analyse sociologique, consistant pour l'essentiel à analyser les logiques structurales de domination d'un capital médiatique et de la représentation politique. Nous proposons de nous pencher sur ces manières d'agir en public en observant les interactions fines des journalistes et des élu.e.s en interview, moment à

partir desquels se donnent à voir la “bonne distance” entre les deux acteurs. Nous cherchons à voir comment en pratique se joue la transformation/reproduction de l’ordre social et politique à travers les interviews politiques. Notre communication s’appuie sur un corpus de 64 interviews télévisées tirées de deux chaînes de télévision, l’une publique (France 2) et l’autre privée (BFM TV), et de deux chaînes de radio, l’une publique (France Inter) et l’autre privée (RTL) lesquelles diffusent des émissions politiques matinales (respectivement *Les quatre vérités* présentée par Caroline Roux, *Bourdin direct*, présenté par Jean-Jacques Bourdin ; l’interview de 7h50 présentée par Léa Salamé et l’invité de RTL, présenté par Elizabeth Martichoux). Pour l’analyse, nous avons développé avec l’INA un outil numérique d’aide à l’annotation. L’objectif ce faisant est d’identifier les dynamiques précises des interactions, en particulier celle des interruptions et des coupures de paroles. En effet, cette analyse des formes oppositionnelles des échanges permet de mesurer les effets de domination (de genre, de classe ou statutaire) d’un acteur sur un autre : qui peut « se permettre » d’interrompre son interlocuteur ? sur quels sujets ? et qui accepte une telle interpellation ? Notre enquête cherche à croiser l’analyse de discours, l’analyse positionnelle, les effets de conjoncture et les propriétés socio-biographiques des intervenants. C’est donc une sociologie dynamique quali-quantitative des échanges sur un plateau lors de ces moments matinaux stratégiques que nous proposons.

Assemblée générale du RT37 Vendredi 9 juillet 2021 | 13h-14h

Session 5. La conservation/transformation de l’ordre social par la production des biens symboliques | Vendredi 9 juillet 2021 | 14h-16h

Discutante : Julie Sedel (Université de Strasbourg, SAGE)

- Keyvan Ghorbanzadeh (Université Paris I Panthéon-Sorbonne, CESSP), « **Le miroir et la boule de cristal. L'ajustement des positions conservatrice et progressiste au sein de la régulation publicitaire** »

Cette communication revient sur la polarisation des positions “conservatrices” et “progressistes” au sein de la régulation publicitaire en France. En s'appuyant sur une enquête ethnographique au sein des espaces de construction et d'évaluation de l'ordre du discours publicitaire, on montrera qu'en fonction des espaces les acteurs revendiquent un rôle et une fonction différente pour la publicité. D'un côté, il y a une institution presque centenaire, l'ARPP, qui définit la publicité en tant que “miroir de la société” : elle ne devrait *que* reproduire cette dernière. De l'autre, des jeunes entrants regroupés au sein d'associations de “communication responsable” estiment que la publicité devrait être “en avance sur son temps” et faire advenir un ensemble de changements sociaux (écologie, genre, diversité etc.). La régulation est alors pour eux une démarche de définition positive. Ces jeunes entrants étiquettent leurs aînés en tant que “conservateurs” et revendiquent une étiquette “progressiste”, mais au-delà de cette opposition pertinente au premier abord, on verra dans un second temps que ces deux registres sont en réalité complémentaires et permettent ensemble la réaffirmation des effets du message publicitaire.

- Sandrine Leveque (Sciences Po Lille, CERAPS), « **La frivolité comme « combat politique » : le projet journalistique des fondatrices du magazine *ELLE*, entre émancipation et conservatisme** »

Cette communication revient sur la création du magazine *ELLE* en cherchant à comprendre, à partir d'une analyse du projet éditorial et des trajectoires des journalistes qui l'ont porté, comment s'invente un discours journalistique à la fois

émancipateur et conservateur de l'ordre social. Il s'agit de comprendre les fondements de l'identité d'une presse féminine prise dans ce double discours d'émancipation des femmes et de conservation de l'ordre du genre. A partir du dépouillement de la collection du magazine *ELLE* de la date de sa création en octobre 1945 à 1970 (date à laquelle sont organisés les Etats généraux de la Femme) et d'une analyse biographique des journalistes, nous chercherons à montrer comment s'invente alors une lectrice-consommatrice à la fois suffisamment émanciper pour acheter les produits dont le journal fait la promotion et suffisamment « femme » pour les consommer et rester sans son rôle. Nous mettrons en relation ce positionnement éditorial avec les conditions même de production du journal et nous chercherons à comprendre à partir d'une analyse sociologique des dispositions de celles qui ont porté ce projet comment s'impose une forme de journalisme qui servira pendant longtemps de « maître étalon » du journalisme au féminin.

- Ivan Chupin (Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, Printemps), Pierre Mayance (Université Paris I Panthéon-Sorbonne, CESSP), « **La presse agricole, une presse de libertés ?** »

A priori rien n'est plus dépendant politiquement et économiquement qu'une presse professionnelle. La presse agricole apparaît comme dépendante du syndicalisme majoritaire auquel elle appartient majoritairement sur un plan capitaliste, elle apparaît comme dépendante économiquement des annonceurs (phytosanitaires, machinisme...) auxquels elle vend ses pages et ses encarts. Cet espace ne saurait donc revendiquer une autonomie tant il semble hétéronome de prime abord. L'analyse du rôle d'une telle presse dans la reproduction de l'ordre social et politique serait ainsi a priori entendue. Or, nous montrerons que cette presse n'exclut pas d'abord tout un mouvement d'autonomisation professionnelle perceptible au travers de la création d'une association

spécialisée (l'Association française des journalistes agricoles – AFJA) depuis les années 1950. Elle cherche à se construire comme un sous champ spécialisé autonome, dans lequel les journalistes constituent une avant-garde de l'affirmation du monde agricole dans l'espace social et sont les accompagnateurs de ses changements sociaux. Sur le plan de la dépendance syndicale, cette presse apparaît ensuite dans son contenu comme relativement autonome. En effet, son caractère très technique (plus de 70% des articles produits dans la France agricole par exemple) et, par là, faiblement syndicalisé lui permet de se prémunir des interventions directes des actionnaires. Cette presse si elle parvient à s'assurer, contre toute attente, une certaine autonomie à l'égard des actionnaires et des annonceurs n'échappe pourtant pas au néo-libéralisme. Son caractère de presse de conseil d'achats en fait un outil de conservation d'un ordre social au service du marché agricole. C'est de ce point de vue, que l'étude de la presse professionnelle entend concourir à une étude du néolibéralisme et de l'emprise marchande.

Session 6. Analyser le changement de l'idéologie dominante sur le temps long | Vendredi 9 juillet 2021 | 16h30-18h

Discutant : Julien Duval (CNRS, CESSP) (sous réserve)

- Salomé Do (ENS, LATTICE / Sciences Po Paris, Médialab), Étienne Ollion (Ecole polytechnique, CNRS), Rubing Shen (Sciences Po Paris, Médialab / ENSAE, CREST), « **La langue du pouvoir. Le journalisme politique d'hier à aujourd'hui, une étude outillée par l'intelligence artificielle.** »

L'étude du récit politique produit par les journalistes nous renseigne sur les intrications entre le champ journalistique et le champ politique. Si la montée d'une narration straté-giste et des schèmes censés révélés les coulisses sont

désormais des résultats classiques de la sociologie des médias, d'autres questions telles que les étapes et la chronologie des évolutions, l'ampleur de diffusion, et bien sûr ses causes, sont toujours sujettes à débats. Dans cette intervention, nous nous proposons de revisiter cette question classique en déployant une méthodologie innovante issue du domaine de traitement automatique du langage (*Natural Language Processing*) via un recours raisonné à des algorithmes d'apprentissage profond. Une fois entraînés par un humain expert sur un échantillon limité, l'algorithme annote un corpus massif d'articles de presse avec succès. L'étude présente cette méthode, qui pourrait être utile pour une sociologie du journalisme intéressée au contenu des textes. Elle permet aussi d'actualiser et compléter les résultats classiques sur ce sujet (l'augmentation de la place consacrée aux *politics* au détriment des *policies*, la montée d'une couverture stratégeste, l'importance croissante des révélations des coulisses...), mais aussi de les préciser en montrant des étapes et des chronologies différenciées de ces évolutions. Ce faisant, on revient empiriquement armé sur les différentes hypothèses sur les causes de ces transformations (concurrence économique, montée du journalisme d'investigation, renouvellement générationnel des journalistes...).

- Boris Attencourt (Université de Paris / EHESS, CESSP),
« **La visibilité intellectuelle dans la légitimation de l'idéologie dominante : le cas des conférences savantes à diffusion élargie** »

À partir des années 1970, on assiste à l'émergence de tout un ensemble de circuits de visibilité des intellectuels : presse de qualité, revues intellectuelles à grand tirage, grands établissements culturels, cercles de réflexion, instances de conférences, émissions culturelles de radio et de télévision, maisons d'édition, organismes d'études parapublics, commissions gouvernementales, conseils d'administration de

grandes entreprises, etc. En instaurant une circulation circulaire à grande échelle des idées et de leurs porteurs au sein des univers du pouvoir (médias, haute administration, personnel politique, patronat, lieux neutres, etc.), de tels circuits ont fini par s'imposer au milieu des années 1980 comme l'un des principaux espaces où s'actualise l'idéologie dominante par laquelle la classe dirigeante fonde sa domination. Dans cette communication, il s'agira d'établir que les instances de conférences savantes à diffusion élargie ayant acquis une place cardinale au sein de ces nouveaux circuits de célébration culturelle participent depuis la fin des années 1980 de la subordination de représentants du monde intellectuel aux ordres économique et politique.

Comité d'organisation

Berthaut, S. Dahani, B. Ferron, C. Gousset, P. Mayance

Comité scientifique

Hadj Belgacem, F. Brisset-Foucault, J. Berthaut, I. Chupin, S. Dahani, B. Ferron, C. Gousset, N. Hubé, N. Kaciaf, P. Mayance, J. Sedel, K. Souanef

Créé en 2002, le réseau thématique « Sociologie des médias » (RT 37) est l'un des cinquante réseaux thématiques de l'Association Française de Sociologie. Il vise à fournir un espace de travail commun à l'ensemble des chercheurs travaillant sur le journalisme et les médias dans une perspective sociologique. Ce domaine de recherche analyse la structure et les dynamiques d'autonomisation du champ journalistique, en particulier vis-à-vis des champs politique, économique et culturels ; les conditions de travail et les propriétés sociales des journalistes et des autres professionnels des médias ; le fonctionnement et les formes

d'organisation des différentes organisations et institutions médiatiques ; l'analyse des productions et des visions du monde social que véhiculent les médias ; et enfin leur réception et leurs usages par les publics. Dans une démarche sociologique critique, l'objectif est d'articuler ces différents niveaux d'analyse pour réinscrire la sociologie du journalisme et des médias dans une sociologie générale. Le RT37 entend ainsi structurer un espace de débat scientifique en sociologie du journalisme et des médias, lui donner une meilleure visibilité académique, y compris internationale, et développer les échanges et passerelles avec les autres secteurs et spécialités de la sociologie.

Contact : rt37afs.sociologiesdesmedias@gmail.com

Page Web : <https://afs-socio.fr/rt/rt37/>

Groupe **Facebook**
: <https://www.facebook.com/groups/534322137039485/>

Carnet Hypothèses : <https://sociomedias.hypotheses.org/>

[Télécharger le programme complet en format PDF](#)