

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	9
CHAPITRE 1	
Le « Mouvement social » : l'invention d'une spécialité journalistique	17
Les journalistes du mouvement social et le monde ouvrier : proximité objective et affinités subjectives	18
<i>Une proximité objective au mouvement ouvrier</i>	19
<i>Une proximité revendiquée au mouvement ouvrier</i>	24
Des journalistes au service de la cause professionnelle	27
<i>Une insertion réussie dans la profession journalistique?</i>	28
<i>La constitution d'intérêts généralistes</i>	33
La consolidation d'une entreprise de reconnaissance	37
<i>Reconnaissance et légitimité professionnelle des journalistes sociaux : une « construction de papier »</i>	38
<i>Le social incarné : une compétence journalistique conquise</i>	43
CHAPITRE 2	
Le social comme catégorie d'intervention journalistique	53
Logiques journalistiques et rubriquage du social : une relation ambiguë	57
<i>Objectivation du social et division du travail journalistique</i>	57
<i>Domination éditoriale, hiérarchisation journalistique : les ambivalences du social journalistique</i>	65
Représentations journalistiques et mise en forme du social	71
<i>L'ouvrier comme intérêt journalistique</i>	72
<i>Une représentation intellectuelle de l'ouvrier</i>	78
<i>Le poids du cadre professionnel</i>	81
CHAPITRE 3	
Vers une nouvelle représentation du groupe : entre militantisme et professionnalisme	89
La confrontation de deux mondes journalistiques	94
<i>Une légitimité « traditionnelle » : le modèle du journaliste social engagé</i>	95
<i>Une « nouvelle » figure journalistique : une légitimité « légale rationnelle »</i>	101
Militantisme et professionnalisme : l'AJIS comme organisation de compromis	104
<i>Une représentation militante de l'association</i>	105
<i>Une représentation fonctionnelle de l'organisation</i>	108
CHAPITRE 4	
Inventer l'information sociale	117
L'information sociale comme principe d'existence	118
<i>Faire exister l'information sociale : des stratégies d'enrôlement</i>	118
<i>Des « alliés intéressés » : communiquer sur le social</i>	123

Définir l'information sociale	130
<i>Les contours de l'information sociale : pratiques journalistiques et rapport aux sources</i>	131
<i>Le traitement de l'information sociale : la définition d'une « éthique » spécifique</i>	138
CHAPITRE 5	
Le journalisme social aujourd'hui : une spécialité infondée?	145
Une victoire du journaliste technicien?	145
<i>Un portrait sociographique contrasté</i>	146
<i>Présentation de soi et redéfinition de l'espace journalistique</i>	150
La « réputation » comme fondement du groupe	163
<i>La réputation du groupe comme produit d'une rémanence historique</i>	163
<i>Une intériorisation de la domination : la réputation comme fondement du groupe</i>	170
CHAPITRE 6	
Autonomie journalistique et concurrence :	
la construction médiatique du social	179
Les fondements d'une intervention journalistique sur le social	181
<i>Logique politique et logique de vérité : la fonction sociale du journaliste</i>	181
<i>Les objets du social : une entreprise « hégémonique » de définition</i>	188
<i>Une spécificité professionnelle menacée</i>	194
Un discours journalistique sous contrainte	196
<i>Les objets du social : une mise en forme institutionnelle</i>	198
<i>Les journalistes au centre de l'action publique :</i>	
<i>« communication » et représentation de la presse</i>	201
<i>Enrôlement et distanciation :</i>	
<i>la place des journalistes dans le processus de décision publique</i>	206
Conclusion	217
Bibliographie	223
Liste des tableaux	231