

---

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Introduction</b> .....	1
<i>Julien Rueff et France Aubin</i>	
Pourquoi un autre ouvrage sur les perspectives critiques?.....	2
Présentation de l'ouvrage .....	5
Bibliographie.....	13

## Partie 1

### CE QUE «CRITIQUE» VEUT DIRE

#### Chapitre 1

<b>Kantisme et communication : pour un horizon critique</b> .....	17
<i>Oumar Kane</i>	
1.1. Le kantisme comme projet critique .....	18
1.2. Précisions terminologiques sur la théorie kantienne .....	20
1.3. La théorie éthique de Kant et sa postérité .....	22
1.4. La communication comme exigence de la raison pratique: de quelques réappropriations.....	26
Conclusion .....	32
Bibliographie.....	33

#### Chapitre 2

<b>Philosophie sociale et critique immanente</b> .....	35
<i>Olivier Voïrol</i>	
2.1. La naissance de la philosophie sociale (Hegel).....	37
2.2. Le renouveau de la philosophie sociale (Horkheimer).....	43
2.3. Les prolongements dans la théorie critique.....	50
Bibliographie.....	53

#### Chapitre 3

<b>Qu'est-ce que la critique foucauldienne?</b> .....	55
<i>Maude Bonenfant</i>	
3.1. Présentation du contexte sociopolitique .....	57
3.1.1. La critique comme pratique historico-philosophique.....	57
3.1.2. La critique en tant qu'«attitude moderne» .....	59

3.2. Concepts clés .....	60
3.2.1. La gouvernementalisation .....	60
3.2.2. Le désassujettissement .....	62
3.2.3. <i>L’Aufklärung</i> .....	64
3.2.4. La raison .....	65
3.3. L’opérationnalisation de l’approche foucauldienne .....	67
3.3.1. Une méthodologie « critique » .....	67
L’archéologie .....	67
La généalogie .....	68
La stratégie .....	69
3.3.2. La critique foucauldienne appliquée à Facebook .....	70
3.3.3. Les fondements éthiques, politiques et esthétiques de la critique .....	72
Bibliographie .....	73

## Partie 2

### L’ÉCOLE DE FRANCFORT

#### Chapitre 4

<b>La critique des industries culturelles</b> .....	77
<i>Philippe Bouquillion</i>	
4.1. L’industrie culturelle ou <i>Kulturindustrie</i> .....	79
4.2. L’œuvre d’art à l’ère de sa reproductibilité technique .....	84
4.2.1. Les transformations de la perception .....	88
4.2.2. La transformation de la fonction artistique .....	90
4.3. La dimension critique des approches contemporaines, ruptures et continuités .....	91
Bibliographie .....	97

#### Chapitre 5

### Habermas, reconstruction de la raison

<b>et communication</b> .....	99
<i>France Aubin</i>	
5.1. Contextes .....	100
5.1.1. L’engagement .....	100
5.1.2. L’École de Francfort .....	101
L’interdisciplinarité .....	101
L’autoréflexion .....	101
La visée émancipatrice .....	101
La centralité de la raison .....	102

5.2. Théories et concepts.....	103
5.2.1. L'espace public (et la démocratie).....	103
Les démocraties.....	105
La société civile.....	106
5.2.2. La théorie de l'agir communicationnel.....	107
Les rationalités.....	108
Le monde vécu.....	109
5.2.3. L'éthique de la discussion.....	111
5.3. Objets de recherche.....	113
Conclusion.....	117
Bibliographie.....	117

## Chapitre 6

### **Axel Honneth et la théorie**

### **de la reconnaissance sociale.....** 123

*Julien Rueff*

6.1. Éléments de contextualisation.....	125
6.1.1. La pluralité des théories de la reconnaissance sociale.....	125
6.1.2. L'héritage habermassien.....	126
6.2. La théorie honnethienne de la reconnaissance sociale.....	127
6.2.1. Diagnostiquer les pathologies sociales.....	127
6.2.2. Une conception intersubjectiviste de la subjectivité.....	128
6.2.3. Les origines hégéliennes de la théorie honnethienne de la reconnaissance.....	129
6.2.4. Les trois sphères de reconnaissance sociale.....	130
L'amour.....	131
Le droit.....	131
La solidarité.....	132
6.2.5. Au-delà d'une conception instrumentale des conflits sociaux.....	133
6.2.6. Reconnaissance ou redistribution?.....	134
6.3. La théorie de la reconnaissance et les études empiriques en sciences sociales.....	136
Bibliographie.....	138

## Partie 3

### RECHERCHES CRITIQUES EN ÉCONOMIE POLITIQUE

#### Chapitre 7

<b>L'économie politique</b> .....	145
<i>Vincent Mosco, traduction de France Aubin</i>	
7.1. Définitions et caractéristiques.....	146
7.1.1. Quelques définitions.....	146
7.1.2. La prise en compte de l'histoire .....	146
7.1.3. Le tout social.....	147
7.1.4. La philosophie morale .....	147
7.1.5. La praxis sociale .....	148
7.2. La recherche sur l'économie politique des médias.....	148
7.2.1. En Amérique du Nord.....	148
7.2.2. En Europe.....	149
7.2.3. Dans le monde moins développé.....	150
7.2.4. Les processus sociaux de marchandisation, spatialisation et structuration.....	151
La marchandisation .....	151
La spatialisation .....	154
La structuration.....	156
Bibliographie.....	158

#### Chapitre 8

<b>Marx, les marxistes et la critique de l'économie politique de la communication</b> .....	165
<i>Maxime Ouellet</i>	
8.1. La critique de l'économie politique: concepts et méthode....	167
8.2. La critique de l'économie politique de la communication ....	174
8.3. La critique de l'économie politique à l'ère du capitalisme informationnel.....	180
Conclusion: le commun, la communication et le communisme ....	185
Bibliographie.....	186

## Chapitre 9

<b>La critique du capitalisme cognitif</b> .....	191
<i>Serge Proulx</i>	
9.1. Le contexte sociopolitique .....	193
9.2. L'hypothèse d'un capitalisme cognitif: les principaux concepts.....	196
9.2.1. La transformation de la connaissance en valeur économique .....	198
9.2.2. La place centrale du travail immatériel dans le mode de production.....	199
9.2.3. Les nouvelles modalités de l'exploitation capitaliste....	202
9.3. La portée politique de la critique du capitalisme cognitif .....	203
9.4. La question du «travail» des internautes: du <i>digital labor</i> au <i>cognitariat</i> .....	207
Bibliographie.....	209

**Partie 4****IDÉOLOGIE ET CULTURE**

## Chapitre 10

<b>Idéologie et pensée dominante chez Marx et Engels</b> .....	215
<i>Florian Gulli</i>	
10.1. Le concept d'idéologie dans l'idéologie allemande.....	216
10.1.1. L'idéologie ou la croyance en l'autonomie des idées .....	217
10.1.2. L'idéologie ou la croyance en la force des idées .....	218
10.1.3. La critique idéologique du monde social.....	219
10.2. Matérialisme historique, idées et pensée dominante .....	220
10.2.1. La conception matérialiste de l'histoire .....	220
10.2.2. Les idées dans la conception matérialiste de l'histoire .....	223
10.2.3. Les pensées dominantes dans une perspective matérialiste.....	225
10.2.4. Les dominés et la pensée dominante .....	228
10.3. Quelques principes généraux pour l'analyse empirique de la pensée dominante .....	230
Bibliographie.....	232

## Chapitre 11

**La sociologie critique au travail:  
apports et limites de l'œuvre de Pierre Bourdieu**..... 235*Renaud Carbasse*

11.1. Contexte .....	236
11.2. Les principaux concepts au travail: monde social, champs sociaux et habitus .....	240
11.2.1. Un monde social divisé en champs sociaux .....	240
11.2.2. Les formes de capitaux sociaux .....	245
11.2.3. Incarner et recréer/extérioriser les structures sociales: habitus individuel, habitus de groupe.....	248
Conclusion .....	250
Bibliographie .....	251

## Chapitre 12

**La réception des médias au prisme  
des *Cultural Studies*** ..... 253*Éric George*

12.1. Les fondations résolument critiques des <i>Cultural Studies</i> ...	255
12.2. <i>Cultural Studies</i> et études de réception .....	263
12.3. Et la critique dans tout ça? .....	268
Bibliographie .....	272

**Partie 5****THÉORIES FÉMINISTES ET COMMUNICATION**

## Chapitre 13

**Contributions des féminismes aux études  
en communication médiatique**..... 279*Karine Bellerive et François Yelle*

13.1. La « première vague » .....	282
13.2. La « deuxième vague » .....	284
13.2.1. Le féminisme universitaire .....	286
13.2.2. Les études féministes en communication médiatique .....	289

13.3. La « troisième vague » ..... 292  
    13.3.1. L'accent sur la différence ..... 293  
    13.3.2. Une réception difficile ..... 296  
Conclusion ..... 298  
Bibliographie ..... 300

Chapitre 14

**Genre et communication : des approches critiques en tension** ..... 305

*Maxime Cervulle*

14.1. Du féminisme poststructuraliste ..... 306  
    14.1.1. La méthode structuraliste ..... 306  
    14.1.2. Penser la construction des binarismes  
        sexué et sexuel ..... 308  
    14.1.3. Discours et idéologie ..... 310  
14.2. Le genre de la communication, entre matérialité  
    et discursivité ..... 313  
Bibliographie ..... 317

**Notices biographiques** ..... 321