

**PUG**

# Bon de commande

à retourner aux

Presses universitaires de Grenoble

5, Place Robert-Schuman – BP 1549 – 38025 Grenoble Cedex 1

<b>ÉTABLISSEMENT</b>				
<b>NOM</b>		<b>PRÉNOM</b>		
<b>ADRESSE</b>				
<b>CODE POSTAL</b>		<b>VILLE</b>		
<b>e-mail</b>				
<b>Souhaite acquérir l'ouvrage :</b>	<b>CODE</b>	<b>PRIX €</b>	<b>QUANTITÉ</b>	<b>TOTAL €</b>
Nous, journalistes	1680	21,00		
L'Espace public contemporain	1617	22,00		
Frais de livraison (pour plus de 3 ouvrages, nous consulter pour un tarif adapté)				3,62
<b>Règlement</b>			<b>TOTAL À PAYER</b>	
<input type="checkbox"/> par chèque joint à l'ordre des PUG				
<input type="checkbox"/> par carte Visa, Master Card, Eurocard ou American Express N° de carte : _____ Date expiration : _____ 3 derniers chiffres du numéro imprimé au dos (cryptogramme visuel) : _____				
Signature : _____				
<input type="checkbox"/> autre : joindre un bon de commande administratif				

## Ouvrages disponibles en librairie

Découvrez un extrait de nos ouvrages sur [www.pug.fr](http://www.pug.fr)

Dans la même collection :

L'Espace public contemporain – Bernard Miège

# NOUS, JOURNALISTES

Déontologie et identité



Denis Ruellan

**PUG**

# ***Nous, journalistes***

*Déontologie et identité*

Denis Ruellan

## **Quelques mots sur l'ouvrage**

Pourquoi les journalistes, depuis le début de l'organisation de leur groupe professionnel il y a cent trente ans, tiennent-ils des discours récurrents sur la nécessité de créer un tribunal d'honneur, un ordre professionnel ou encore récemment un conseil de presse ? Et pourquoi leurs initiatives s'arrêtent-elles aux discours, pourquoi semblent-ils ne jamais pouvoir traduire ces appels à la déontologie par des actions et des institutions de régulation de la morale ?

Par un examen de ces discours, des contextes historiques durant lesquels ils ont été tenus, des organisations sociales qui les ont supportés, depuis les premières associations de journalistes et de directeurs de presse au XIXe siècle jusqu'aux initiatives les plus actuelles, en passant par les débats corporatistes de l'entre-deux-guerres, l'aventure des sociétés de rédacteurs et les remises en cause des années 1990, l'auteur livre une explication d'ensemble.

Il montre que les discours déontologiques ont été construits pour régler les relations des journalistes avec leurs pairs, leurs patrons, leurs sources et leurs publics. Ils disent comment se comporter et, partant, définissent le journalisme tel que les journalistes le conçoivent, expriment leur identité et leur altérité par rapport à d'autres acteurs des médias et de la communication.

## **Quelques mots sur le public**

Cet ouvrage intéressera les étudiants, les enseignants en journalisme, les chercheurs sur les médias et le journalisme, en école professionnelle et dans les universités.

## **Quelques mots sur l'auteur**

**Denis Ruellan** est professeur des universités, enseignant à l'université Rennes 1 (IUT de Lannion), chercheur au CRAPE (Unité mixte de recherche CNRS 6051). Il est notamment l'auteur de *Le Journalisme ou le professionnalisme du flou* (PUG, 2007).

Avec la collaboration de **Joël Langonné**, ingénieur d'études.

## **Table des matières**

**Avant-propos**

**Introduction**

<b>Chapitre 1</b>	<b>De la notoriété des uns à la notabilité de tous 1879-1918</b> <i>Reportage et République</i> <i>Un groupe, une profession</i> <i>« Maladies » de l'information et honneur du journalisme</i> <i>L'impossible question de l'honneur</i>
<b>Chapitre 2</b>	<b>Le temps des exclusions 1918-1943</b> <i>Le retour des incertitudes</i> <i>La fore de négociation, ou le Syndicat des journalistes</i> <i>Protéger des « intrus »</i> <i>Bouter dehors les concurrents de l'intérieur</i> <i>« Indignes » et « tarés » au piquet</i>
<b>Chapitre 3</b>	<b>Les journalistes en sociétés 1943-1980</b> <i>Descendance tardive ou enfant abandonné ?</i> <i>Contrôler la gestion et la succession</i> <i>Succès rapide et déception tout autant</i> <i>Quatre principes</i>
<b>Chapitre 4</b>	<b>Les humanitaires de la liberté d'expression 1980-1995</b> <i>L'ère de la communication</i> <i>Reporters sans frontières</i> <i>Face à la communication</i> <i>Communiquer sur la communication</i>
<b>Chapitre 5</b>	<b>« Le » Public, une défiance opportune 1995-2010</b> <i>Rationalité économique et désamour</i> <i>Public versus audience</i> <i>Cinquième pouvoir ?</i> <i>Une critique « publique »</i>

**Épilogue**

**Bibliographie**

**Code ISBN: 978 2 7061 1680 3**

**Code SOFEDIS-SODIS: S47 349 6**

**252 pages**

**21,00 €**