



La nouvelle société de **l'emploi**

Avant d'être éprouvée à travers les maux qu'elle produit, la crise est d'abord éprouvée par les Français à travers ses mots. Faute de pouvoir être représentée dans les médias sous forme d'images, son récit comme sa perception s'ancrent dans un vocabulaire qui s'abat sur nos concitoyens en un déluge continu : *éclatement de la zone euro, faillite financière, spreads...*

Comment la crise est-elle parlée et racontée ? Quels effets ses mots produisent-ils sur nos concitoyens ? C'est l'objet de ce livre qui, de *Grèce à FMI* et à *BCE*, en passant par *coût du travail, flexibilité et choc de compétitivité*, ausculte les mille et une manières de dire la crise.

L'auteur nous aide, dans cet ouvrage issu d'une enquête sociologique auprès d'un échantillon représentatif de Français, à mieux comprendre la crise, ou du moins la profonde mutation économique et sociale dans laquelle nous sommes engagés.



INSTITUT  
MÉDIASCOPIE

« La société médiatique » au master 2 Communication politique et sociale du département de sciences politiques de l'université Paris I Panthéon-Sorbonne.

**Denis Muzet** est sociologue. Il a créé l'Institut Médiascopie en 1982 afin d'y développer une méthode originale de mesure des réactions des téléspectateurs en temps réel, la Médiascopie. Ses analyses sont régulièrement citées dans la presse écrite et les médias. Il enseigne

www.editions-eyrolles.com  
Groupe Eyrolles | Diffusion Geodif

Code éditeur : G55603

ISBN : 978-2-212-55603-2



9 782212 556032

12 €

<http://www.editions-eyrolles.com/9782212556032>