

Economie et sociologie du cinéma et de l'audiovisuel

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement cinquième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langues, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L5AC01P

Présentation

Ce cours a pour objectif de présenter les grands enjeux relatifs à une approche économique et sociologique de cette industrie si particulière qu'est le « septième art ». Nous détaillerons l'organisation de la filière cinématographique et audiovisuelle et le rôle de chacun de ses acteurs. Les différents métiers du secteur seront évoqués, au fil des étapes de la vie d'un film : production (montage financier, évaluation des coûts de production), distribution (en France et à l'étranger) et exploitation sur les différents marchés (salles, télévision, vidéo). Si nous détaillerons les spécificités du système de soutien au cinéma en France (actions du CNC), nous esquisserons quelques comparaisons internationales afin de situer la singularité du modèle français. Enfin, en retraçant les grandes évolutions récentes de la filière cinématographique, nous expliciterons les problématiques et les débats actuels du secteur (transition numérique, chronologie des médias, cachets des acteurs, rémunérations des techniciens). La sociologie du cinéma interroge le fait sociologique dans son rapport avec le cinéma : il s'agit aussi bien de s'intéresser à ce qui motive la pratique du cinéma et explique la fréquentation cinématographique que de

comprendre le caractère subjectif de la réception d'une œuvre cinématographique.

Objectifs

Permettre aux étudiants d'acquérir les premières clés économiques et sociologiques de la filière cinématographique. Se familiariser avec les données statistiques. Connaître les différents métiers de la filière.

Évaluation

information à venir

Bibliographie

ALEXANDRE Olivier, La règle de l'exception. Écologie du cinéma français, Paris, Éditions de l'Ehess,

« Cas de figure », 2015.

BEAUDOUIN Valérie, LEGON Tomas, PASQUIER Dominique, « Moi je lui donne 5/5 ». Les paradoxes de la critique amateur en ligne, Paris, Presses de l'École des Mines, 2014.

BONNELL René, La vingt-cinquième image – une économie de l'audiovisuel, Paris, Gallimard, 2006.

BORDAT Francis et ETCHEVERRY Michel (dir.), Cent ans d'aller au cinéma: le spectacle cinématographique aux États-Unis, 1896-1995, Rennes, Presses universitaires de Rennes, « Le spectaculaire », 1995.

CAMILLERI Jean-François, Le Marketing du cinéma, Paris, Dixit, 2015.

CRETON Laurent, L'Économie du cinéma en 50 fiches, Paris, Nathan, « 128 », 2008.

ESQUENAZI Jean-Pierre, Sociologie des publics, Paris, Éd. la Découverte, « Repères », 2003.

ETHIS Emmanuel, Sociologie du cinéma et de ses publics, Paris, A. Colin, « 128 », 2009.

FOREST Claude, L'industrie du cinéma en France. De la pellicule au pixel, Paris, La Documentation

française, 2013.

JULLIER, Laurent et LEVERATTO, Jean-Marc, Cinéphiles et cinéphilies: une histoire de la qualité cinématographique, Paris, A. Colin, « Cinéma-arts visuels », 2010.

STAIGER Janet, Media reception studies, New York, New York University Press, 2005.

Contact(s)

> Sebastien Roffat

Responsable pédagogique
sroffat@parisnanterre.fr