

Sociologie des médias

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences sociales et administration

Présentation

L'objectif de ce cours est de conduire les étudiants à s'interroger sur les médias, la culture diffusée par ces médias, la rencontre entre un produit, une œuvre et le public, l'usage que ce public en fait. Il s'agira de partir à la rencontre :

- * de travaux, concepts et penseurs qui ont affronté ces questions (Morin, Barthes, Eco, l'École de Frankfort, les Cultural Studies, Macé, Maigret, Pasquier, Mehl, Berthaut...)
- * de termes et notions floues (*public, fans, culture de masse, médiacultures, média, réception, usages*, etc.)
- * d'analyses, *de contenu, sémiotique, structuraliste, ethnologique de réception*, etc.
- * d'œuvres (films hollywoodiens, romans de James Bond, séries tv (Hélène et les garçons, Columbo), debandes dessinées (Superman...), d'une journée de tv française, du journal tv de 20H...

Il s'agira également d'observer comment se construit une recherche, avec un modèle d'analyse, une construction d'objet, la définition d'un terrain, la constitution d'un corpus, l'élaboration d'une méthode et d'outils d'investigation, l'inscription dans un cadre théorique, la définition d'un objectif de recherche (l'analyse de contenu, l'étude des valeurs et représentations diffusées, l'analyse des formes et modalités de réception...).

Évaluation

Contrôle continu. Devoir écrit. Une analyse de contenu ou une analyse de réception.

Pré-requis nécessaires

Aucun

Compétences visées

Étudier (élaborer une problématique, formuler des hypothèses de recherche, construire une grille d'observation et d'analyse, élaborer un cadre théorique) et étudier un contenu et sa réception.

Examens

Contrôle continu. Devoir écrit. Une analyse de contenu ou une analyse de réception.

Bibliographie

BOURDIEU Pierre. *Sur la télévision*, suivi de *L'emprise du journalisme*, Liber-Raisons d'agir, 1996.

MAIGRET Eric, MACE Eric (dir.), *Penser les médiacultures*, (dir.), coll. « Médiacultures », Colin/INA, 2005.

MAIGRET Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, Armand Colin, Paris, 2003.

PASQUIER Dominique, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. « Ethnologie en France », M.S.H., Paris, 1999.

RIEFFEL Rémy, *Que sont les médias ? Pratiques, identités, influences*, « Folio/actuel », Gallimard, 2005