

Plan de cours SIC 2A

Ce cours a pour but de sensibiliser les étudiants aux grands courants de pensée qui ont émergé autour des enjeux de société posés par l'irruption de la communication de masse. Depuis le point de vue des Sic, et manière assez schématique, cette communication de masse peut se lire comme une prise en compte progressive par les chercheurs de la notion d'audience/public. L'audience sera d'abord envisagée comme une masse manipulable. Le regard des chercheurs est centré sur l'émetteur. Progressivement cependant, le courant des Sic va affiner/préciser son regard, en considérant qu'il y a d'autres intermédiaires dans le processus de communication, depuis les leaders d'opinion jusqu'à un public doté de capacités. A travers l'étude de ce public éduqué et réflexif, les travaux des Sic modernes ne cessent de montrer que le moment de la réception des messages est un moment très complexe. Nous tentons d'observer, durant ce cours, le processus qui a mené les Sic à affiner peu à peu le regard porté sur le(s) public(s) des médias.

1. Cours introductif :
2. Des effets des médias à leurs effets limités (Laswell, Lazarsfeld, Katz)
3. Les industries culturelles et l'approche critique de la culture de masse (Adorno / Habermas)
4. Les cultures populaires, sous-cultures et la réception : les Cultural Studies
5. La sociologie des publics : Public, fans, amateurs
6. La télévision, ses publics et ses transformations