

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## Sociologie de la communication et effets des médias (UNIGE) (5AJ2054)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Master en journalisme</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	<b>cont. continu</b>	<b>3</b>

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

### Période d'enseignement:

- Semestre Automne

### Equipe enseignante:

Sébastien Salerno (PhD), Chargé d'enseignement à Université de Genève, collab. recherche à Universität Zürich

### Objectifs:

Ce cours vise à familiariser les étudiants aux grands concepts, auteurs et écoles de la sociologie de la communication et des médias. Il aborde un certain nombre de « classiques » de la sociologie de la communication et des médias. La première partie traite de la question des effets à la lumière de deux grands courants théoriques : l'Ecole de Francfort, l'Ecole de Columbia. Il se consacre ensuite à l'approche culturelle des médias, puis au déterminisme technologique. Dans une dernière partie, il s'attache à poser la question des rapports qui existent entre l'opinion, les médias et les différents acteurs de la communication politique.

### Contenu:

LA COMMUNICATION DE MASSE : La masse, Les médias de masse, Les paniques, Le public  
 LA CULTURE DE MASSE : L'Ecole de Francfort, Actualité de la pensée critique  
 LA FIN DE LA MASSE : L'Ecole de Columbia, Usages et gratification des médias, Les media events  
 CULTURE ET COMMUNICATION: L'approche culturelle de la communication  
 LA TECHNOLOGIE: Le déterminisme technologique, l'Ecole de Toronto, L'auto-communication de masse  
 LES MEDIAS STUDIES : Codage/décodage, Les contextes sociaux et lectures différenciées  
 L'ESPACE PUBLIC : Les formes historiques de la publicité, L'espace public contemporain, Les identités  
 DISCUSSION ET OPINION PUBLIQUES: Les cadrages, La spirale du silence  
 LA CONSTRUCTION DE L'INFORMATION : Les théories de l'agenda, Framing-priming-indexing, Les biais  
 LA COMMUNICATION POLITIQUE: Campagnes et effets, La démocratie du public, La démocratie internet.  
 LE FUTUR DE LA COMMUNICATION DE MASSE: Nouveaux médias, nouvelles théories?

### Forme de l'évaluation:

ES : Un examen écrit final de 2 h lors du dernier cours du semestre. Date de l'examen : 9.12.2013

### Documentation:

Lecture principale demandée: Eric MAIGRET, Sociologie de la communication et des médias, Paris, Armand C

### Forme de l'enseignement:

Cours magistral 6 séances de 3h30.