

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

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

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en journalisme et communication	Cours: 2 ph	cont. continu	3

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
Réception le mercredi de 16h30 à 18h30 Uni Mai Bureau 4327
Tel +41 22 379 88 64

Objectifs:

Ce cours propose un tableau de la sociologie de la communication et des types d'effets des médias.

Le cours s'appuie essentiellement sur des analyses théoriques et des travaux empiriques, il fait appel à des extraits filmiques à des fins d'illustration.

La démarche est chronologique, elle vise à mettre en perspective différents paradigmes de la sociologie de la communication et des médias. Dans sa première partie, le cours traite de la question des effets à la lumière de deux grands courants théoriques : l'École de Francfort, l'École 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. Une réflexion sur le futur de la communication de masse vient conclure le cours.

Contenu:

SÉANCE 1, 22.09. La communication de masse | les médias de masse | Les paniques

SÉANCE 2, 06.10. La culture de masse | La fin de la masse

SÉANCE 3, 20.10. L'approche culturelle de la communication | Déterminisme technologique

SÉANCE 4, 17.11. Les media studies | Contextes sociaux et lectures différenciées

SÉANCE 5, 01.12. L'espace public | Discussion et opinion publiques

SÉANCE 6, 15.12. La communication politique | Le futur de la communication de masse

Forme de l'évaluation:

Examen écrit qui examine l'acquisition des connaissances délivrées par le cours.

Seront vérifiées la solidité de l'argumentation, la qualité des exemples et l'expression dans une moindre mesure.

En cas d'échec, un travail équivalent sera demandé lors de la session de rattrapage.

Documentation:

En lien avec les séances, différents chapitres de Eric MAIGRET, Sociologie de la communication et des médias, Armand Colin, 2003, 287p.

Forme de l'enseignement:

Cours magistral