

Théories de la communication médiatique



Niveau d'étude
Bac +1



ECTS
3 crédits



Crédits ECTS
Echange
4.0



Composante
UFR Langage,
lettres et arts
du spectacle,
information et
communication

- > **Langue(s) d'enseignement:** Français
- > **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui
- > **Catégorie d'enseignement pour les étudiants en échange:** Cours préférentiel
- > **Crédits ECTS Echange:** 4.0

Présentation

Description

Plus particulièrement depuis la fin du XIX^{ème} siècle, les médias dits de masse ont fait l'objet de nombreux travaux. Philosophes, professionnels du journalisme ou des relations publiques, psychologues, sociologues, et plus récemment chercheurs en sciences de la communication se sont interrogés sur la place et sur les effets de la presse écrite, de la radio, du cinéma ou encore de la télévision. Ce cours présente les grands courants théoriques qui se sont affrontés sur ces questions. On cherchera à situer les auteurs étudiés dans leur contexte historique et intellectuel, mais aussi à dégager leurs apports pour comprendre notre rapport actuel aux médias.

Objectifs

Ce cours propose des éléments d'histoire des idées pour se repérer dans les grands débats autour de l'influence des médias. Il aborde :

- le développement des réflexions sur la presse et la communication concomitant de la naissance des sciences sociales et de la psychologie sociale et expérimentale (fin XIX^{ème}-début XX^{ème}) ;

- la pratique de la propagande et ses théories dans la 1^{ère} moitié du XXème siècle ;
- les travaux de l'École de Francfort (XXème siècle) sur les industries culturelles et médiatiques ;
- les recherches empiriques de l'École de Columbia (des années 1940 aux années 1990) sur le « flux à deux étages de la communication » ;
- les théories des effets négociés (des années 1970 aux années 2000) ;

Et sous réserve, selon le rythme de progression, différentes approches plus contemporaines :

- les *Cultural Studies* et les études sur la culture de masse ;
- les fondements de la sémiotique et sa deuxième naissance ;
- le paradigme technologique.

Pré-requis recommandés

Compétences de prise de notes, de compréhension, de réflexion et de rédaction attendues d'un bachelier

Remarque : cours dispensé sur le campus de Saint-Martin-d'Hères

Contrôle des connaissances

écrit

Période : Semestre 1

Compétences visées

- acquérir une vue d'ensemble des grands courants de pensée traitant de la communication médiatique ;
- restituer fidèlement les idées centrales d'une contribution théorique et la situer dans son contexte historique ;
- relier ces travaux à des situations et exemples contemporains, développer ainsi un rapport réflexif et vigilant aux contenus médiatiques, en particulier dits d'information.

Bibliographie

Daniel BOUGNOUX, *Introduction aux sciences de la communication*, La Découverte (Repères), 2002

Philippe BRETON et Serge PROULX, *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, La Découverte, 2012

Gregory DERVILLE, *Le pouvoir des médias*, Presses universitaires de Grenoble, 2013

Blaise MAGNIN et Henri MALER, « Le pouvoir des médias : entre fantasmes, déni et réalité », mars 2018, texte en ligne <https://www.acrimed.org/Le-pouvoir-des-medias-entre-fantasmes-deni-et>

Infos pratiques

Lieu(x) ville

> Grenoble

Campus

> Grenoble - Domaine universitaire