

Enjeux politiques et économiques de la communication

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langues, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR01P

Présentation

Cet enseignement est pensé en trois parties. Il fournit dans un premier temps les ressources théoriques nécessaires à la compréhension des sphères politiques en revenant sur les notions d' « espace public » et de « sphère publique ». Dans un deuxième temps, il détaille les problèmes que pose l'application d'une analyse économique au domaine culturel et médiatique, et plus précisément aux industries culturelles : il revient ainsi sur les spécificités économiques des biens culturels que l'économie elle-même peine souvent à saisir par les outils classiques. L'apport clarifié des concepts et des modèles économiques permet d'aborder ensuite les grandes mutations des secteurs culturels sur les trente dernières années, ainsi que les formes de régulation des industries.

Le cours offre également, dans un troisième temps et pour saisir du point de vue de la production ces logiques de médiatisation, les bases d'une sociologie des problèmes publics. En filigrane, le cours encourage une réflexion collective sur les manifestations plus ou moins récentes et sur leurs degrés de consolidation dans la sphère publique : par exemple, mouvements féministes ; mariage pour tous ; droits des animaux, Gilets jaunes, etc.

La place centrale des images dans la communication est aussi abordée.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement la compréhension des sphères politiques et économiques en revenant sur les notions d'« espace public » et de « sphère publique ».

Évaluation

M3C en session unique

REGIME STANDARD INTEGRAL: avec évaluation continue (au moins 2 notes)

RÉGIME DÉROGATOIRE : Non

SESSION 2 : Organisé sur la période du semestre par l'enseignant

Pré-requis nécessaires

- Notions des théories de l'information
- Notions des théories de la communication

Compétences visées

- Connaître les principaux enjeux politiques du monde de l'information et de la communication
- Connaître les principaux enjeux économiques du monde de l'information et de la communication
- Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une analyse des dynamiques politiques et économiques liées aux dispositifs d'information et de communication

Bibliographie

Jürgen Habermas, *L'espace public*, Lausanne, Payot, 1988.

Fraser, Nancy, « Repenser la sphère publique : contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », *Hermès*, 2001, 31, p. 125-157.

Daniel Cefaï, « La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques », *Réseaux*, 1996.

Harvey Molotch et Marilyn Lester, « Informer : une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements », *Réseaux*, 1996.

Nathalie Sonnac et Jean Jaskold Gabszewicz, L'Industrie des médias à l'ère numérique, La Découverte, Collection, 2013.

Franck Rebillard, Le Web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'Internet, Repères, 2007.

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

> Celine Morin

Responsable pédagogique
cmorin@parisnanterre.fr