

Sylvain Parasie  
Maître de conférences en sociologie  
sylvain.parasie@univ-paris-est.fr  
Bureau C225

Master 1 Sociologie de l'entreprise et de l'innovation  
1<sup>er</sup> semestre 2017/2018

## Sociologie de la communication

### 1. Objectif du cours

Cet enseignement explore les grandes voies empruntées par la sociologie pour saisir le rapport entre les médias et la société. Nous présenterons des théories et des analyses qui permettent de saisir la façon dont internet et le numérique transforme les médias. Par la lecture de textes classiques et de textes plus récents, nous répondrons notamment aux questions suivantes : tout le monde peut-il aujourd'hui accéder à l'espace public ? Les citoyens sont-ils moins passifs face aux médias ? En quoi les technologies numériques ont-elles changé le travail de l'information ?

### 2. Programme des séances

Séances	Dates	Thème	Textes obligatoires
1	25 septembre	Introduction	
1 <sup>ère</sup> partie – Le public à l'ère numérique			
2	2 octobre	Les pratiques médiatiques	V. Le Hay et al (2011), « Usages des médias et politique : une écologie des pratiques informationnelles », <i>Réseaux</i> .
3	16 octobre	Les effets des médias	E. Katz et P. Lazarsfeld (1955), « Evaluer l'impact des diverses influences », in <i>Influence personnelle. Ce que les gens font des médias</i>

4	23 octobre	Un public plus actif ?	S. Parasie et J.-P. Cointet (2012), « La presse en ligne au service de la démocratie locale. Une analyse morphologique de forums politiques », <i>Revue française de science politique</i> .
5	30 octobre	Les médias font-ils encore l'agenda ?	M. E. McCombs et D. L. Shaw (1972), « The agenda-setting function of mass media », <i>The Public Opinion Quarterly</i> .
<b>2<sup>e</sup> partie – La production de l'information à l'ère numérique</b>			
6	20 novembre	La fabrique de l'information	H. Molotch et M. Lester (1974), « Informer : une conduite délibérée. De l'usage stratégique des événements », <i>Réseaux</i> .
7	27 novembre	Que devient le travail de l'information ?	P. J. Boczkowski (2010), « Ethnographie d'une rédaction en ligne Argentine » Les logiques contraires de la production de l'information chaude et froide », <i>Réseaux</i> .
8	4 décembre	Bouleversements professionnels	G. Sire (2014), « Référencement et référencement. Cachez ces pratiques que je ne saurais voir », <i>Sur le journalisme</i> .
9	18 décembre	Une information plus riche ?	E. Marty et al (2012), « Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français », <i>Réseaux</i> .

### 3. Préparation des séances

Pour chaque séance, vous devrez avoir lu le texte mentionné dans le tableau ci-dessus. J'attends de vous une lecture approfondie, avec prise de notes. La lecture et la compréhension des textes est un préalable au cours.

### 4. Mode d'évaluation

Vous serez évalué de deux façons :

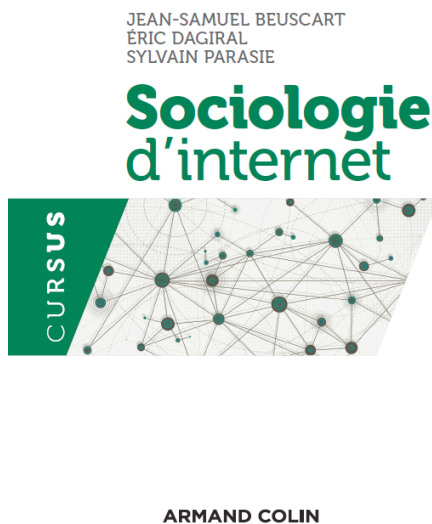
- Un contrôle continu, sous la forme de qcm sur les textes à lire à chaque séance. Ils visent à mesurer votre niveau de compréhension de chaque texte.
- Un contrôle terminal, sous la forme d'un partiel début janvier. Vous devrez rédiger une dissertation à partir d'un sujet ou d'une citation de quelques lignes

## 5. Lectures conseillées

En plus des lectures obligatoires, je vous conseille les deux livres ci-dessous :



Eric Maigret (2015), *Sociologie des médias et de la communication*, Armand Colin, collection « U ».



Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral et Sylvain Parasio (2016), *Sociologie d'internet*, Paris, Armand Colin, collection « Coursus ».

## 6. Où trouver les textes obligatoires ?

L'ensemble des textes sont disponibles sur la plateforme Moodle de l'université.