

Table des matières

La culture de masse ou l'avènement de la médiatisation de masse	7
La télévision spectacle. La construction des émissions télévisuelles	13
<i>Loft Story</i> ou la fin de la civilisation	19
La séduction publicitaire	26
Les médias et la communication commerciale	33
Les journaux gratuits et leur impact sur la presse	42
Les nouveaux médias	49
Le World Wide Web.....	59
Google.....	67
La fracture numérique.....	73
Internet, un espace politique ?.....	80
Opinion publique, opinion médiatique.....	86
Les médias au cœur des élections présidentielles en France ?.....	93
L'influence des médias — De l'esthétisation à la propagande.....	101
La médiatisation de la diversité culturelle : enjeux publics et privés	107
Violence médiatique et comportements agressifs.....	115
Médias et déontologie	121
Le droit des médias : entre liberté et responsabilité.....	127
Les médias et la vie privée.....	137
Les rumeurs	144
L'imprimerie	151
Médias et littérature	159
Médias et cinéma : regards croisés.....	165

Fiches de lecture

Walter Benjamin, <i>L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique</i> (quatre versions de 1935 à 1938)	181
Theodor W. Adorno, <i>L'industrie culturelle</i> (conférence de 1963)	186
Edgar Morin, <i>L'Esprit du temps</i> , Paris, Grasset, 1962, 288 p.	191
Edgar Morin, <i>Les Stars</i> , Paris, Seuil, 1972 [1957], 190 p.	195
Rémy Rieffel, <i>Que sont les médias ? Pratiques, identités, influences</i> , Folio actuel, 2005, 540 p.....	199
Dominique Wolton, <i>Informers n'est pas communiquer</i> , Éditions CNRS, 2009	203
Roland Barthes, <i>Le Degré zéro de l'écriture</i> , 1953 – <i>Mythologies</i> , 1957.....	207
Francis Balle, <i>Les médias. De Gutenberg à Twitter</i> , PUF, coll. « Que sais-je ? », 2010 (5 ^e édition), 128 p.	210
Jürgen Habermas, <i>Théorie de l'agir communicationnel</i> , Paris, Fayard, 1987, 928 p. (éd. orig. : <i>Theorie des kommunikativen Handelns</i> , Frankfurt, Suhrkamp Verlag, 1981)	214
Herbert Marshall McLuhan, <i>Pour comprendre les médias</i> , Paris, Seuil, 1968, 409 p. (éd. orig. : <i>Understanding Media</i> , New York, McGraw-Hill Book Company, 1964)	218
Paul Lazarsfeld & Elihu Katz, <i>Personal Influence</i> . <i>The part player by people in the flow of mass communications</i> , Glencoe, The Free Press, 1955, 436 p.	222
Honoré de Balzac, <i>Les Journalistes</i> « Monographie de la presse parisienne », 1843, Éditions Arléa, 1998.....	226