

Nombre de crédits : 3

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : POHARDY OLIVIER , SAURIER DELPHINE

Enseignants : POHARDY OLIVIER , SAURIER DELPHINE

≡ DESCRIPTION DU COURS

L'art et la culture s'imisce dans tous les secteurs d'une société : il s'agit d'un enjeu d'éducation, d'un levier publicitaire pour les marques, d'une composante dans la valorisation des territoires, d'un vecteur de resocialisation pour les franges de la population marginalisée, d'un sujet négocié dans les échanges géopolitiques... Ainsi, les organisations culturelles ont vu leur rôle social et politique largement évoluer au cours des 50 dernières années. Cette évolution suppose des enjeux forts en termes de communication. Pour envisager ces évolutions, le **cours mêle apports théoriques conséquents et mise en pratique et s'adresse donc à des étudiants intéressés par cette problématique de la communication dans les secteurs culturels et artistiques.**

≡ OBJECTIF DU COURS

Permettre aux étudiants de comprendre la place des arts et de la culture dans la conception et le déploiement d'une stratégie de communication.
Permettre aux étudiants de réfléchir sur la place social de l'art et de la culture.
Permettre aux étudiants de réfléchir à leur éthique professionnelle.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO1 - Développer un esprit critique
Outcomes	Niv. 3 - Repérer ses propres biais et évaluer leurs impacts sur l'avis formulé
Learning goals C4B	LG4 - RSO
Learning objectives C4B	LO11 - Discerner les enjeux éthiques et agir selon des considérations éthiques
Outcomes	Niv. 3 - Clarifier son propre positionnement sur les enjeux éthiques et adapter ses prises de décisions à ces dimensions éthiques et responsables

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Communication culturelle. Médiation. Politiques culturelles et territoriales. Publics. Éthique.

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques. Echanges avec les étudiants. Témoignages.

≡ TRAVAIL ATTENDU

Participation active pendant l'enseignement.
Propositions de préconisations de communication.

≡ BIBLIOGRAPHIE

Revue *Questions de communication* n°32 (2017) et n°33 (2018)
Adorno, Horkheimer, "L'industrie culturelle", *Communications*, 1964.
Benjamin, 2009, Paris, capitale du XIXème siècle. Le livre des Passages, Paris, Éditions du Cerf.
Caune, 2018, « La médiation culturelle. Notion mana ou nouveau paradigme? », *Observatoire des politiques culturelles*, 2018/1, n°51, p.9-11.
Davallon, 2003, « La médiation : la communication en procès ? », *MEI « Médiation et information »*, n°19, pp. 37-59.
Goffman, 1991, Les cadres de l'expérience, Paris, Minuit.
Heinich, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, 2017.
Heinich, « Les rejets de l'art contemporain », *Culture et Musées*, 1999
Jeanneret, *Critique de la trivialité*, Éditions non standard, 2014.
Lahire, *Ceci n'est pas qu'un tableau : essai sur l'art, la domination, la magie et le sacré*, Paris, La Découverte, 2015.
Rancière, *La haine de la démocratie*, Paris, La Fabrique, 2005.

≡ SÉANCES

1 Le champ culturel défini comme industries culturelles et créatives

COURS : 06h00

Question envisagée : Dans quel domaine social (de la culture) la communication se développe-t-elle ?

2 Les environnements de la communication

COURS : 06h00

Question envisagée : Quelle éthique de la communication dans le cadre des politiques culturelles et des territoires ?

3 Médiation et public(s)

COURS : 06h00

Question envisagée : Comment et pour qui communique-t-on ?

4 Les valeurs de l'art

COURS : 06h00

Question envisagée : Comment la communication contribue-t-elle à façonner les valeurs de l'art et de la culture ?