

Les publics de la culture

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

La notion de "public" dans la culture, et les grandes approches en sociologie de la culture et comportement de consommation culturelle.

Les enquêtes sur les pratiques culturelles et les "études de public"

Politique des publics : démocratisation culturelle, démocratie culturelle, droits culturels. La médiation culturelle.

Nouvelles tendances, nouvelles problématiques autour des publics : participation, pro-am, numérique, écologie, économie de l'attention...

Compétence à acquérir :

Analyser la notion de public dans le champ culturel

Identifier les enjeux sociaux, politiques, managériaux liés aux publics

Décrypter les pratiques culturelles et leurs facteurs d'évolution

Réaliser une étude des publics

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu et examen final

Bibliographie, lectures recommandées :

Ouvrages et chapitres :

Coulangeon, P. (2010). Sociologie des pratiques culturelles, Repères-La Découverte.

Esquenazi, JP (2009). Sociologie des publics, Repères-La Découverte.

Fleury, L. (2016). Sociologie de la culture et des pratiques culturelles, Armand Colin.

Lombardo, P. et Wolff, L. (2020). Cinquante ans de pratiques culturelles en France. Culture études, 2(2), 1-92.

Petr, C. (2024). Faire une étude de public. Marketing de l'Art et de la Culture, chap. 4, Dunod, p. 155-192.

Revues :

Biens symboliques / Symbolic goods

Culture & musée

Cultural Sociology

Cultural Trends

New Media & Society

L'Observatoire-La revue des politiques culturelles

Participations

Poetics

Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. <https://publictionnaire.huma-num.fr/>