**République Démocratique et Populaire Ministère des études supérieures et de la recherche scientifique**

**Université Mohamed Lamine DEBAGHINE- Sétif 2 Facultés des Lettres et des Langues**

**Département de Français**

**Matière : Communication Niveau : M1 Spécialité : Didactique des langues étrangères**

**Responsable de la matière : Dre KAÏM Nora De :11H30 à 13H 00Amphi 18**

**Examen**

**Texte**

(…). Pour schématiser, l'on dira que la communication de masse est l'ensemble des techniques qui permettent de transmettre à un public le plus vaste possible toutes sortes de messages. Il s'agit donc d'une communication dans laquelle un émetteur (ou un groupe d'émetteurs réunis entre eux) diffuse des messages tous azimuts vers tous les récepteurs disponibles, que ceux-ci le souhaitent ou pas. La communication de masse regroupe donc un ensemble de médias - parfois appelés mass-medias - capable d'atteindre voire même d'influencer de larges audiences. La presse, la télévision, la radio sont des médias de communication de masse par excellence. Le sociologue américain Marshall McLuhan, l'un des théoriciens les plus influents de la communication, définit la communication de masse comme répondant à deux critères fondamentaux : c'est la communication de un vers plusieurs et le récepteur ne réagit pas au message transmis (pas de rétrocation ou feedback). Cette vision date des années '60 et n'est plus tout à fait vraie en ce sens qu'il est désormais possible de réagir à certains médias de masse (ex. télévision interactive, jeux radios...). Le concept de communication de masse est apparu à l'aube du 20è siècle avec la naissance de l'organisation des masses (Fordisme, Taylorisme, standardisation) qui consistait à fédérer des hommes autour d'une stratégie de production et à optimaliser leur rendement.

Rapidement, les caractéristiques de la communication de masse ont été appréhendées par le pouvoir politique qui a bien compris qu'il pouvait s'agir là d'un outil de propagande efficace... avec les dérives totalitaires qui ont pu en découler. Longtemps d'ailleurs, la communication de masse gardera cette connotation négative liée à la propagande mais elle est aussi liée à la mise en commun pour le plus grand nombre d'outils et de références culturels, la culture de masse. (…)Les techniques de propagande sontlargement utilisées pendant l’entre-deux-guerres. Dans ces études, on y trouve l’idée d’unesociété massive vulnérable à la communication politique. Ce là donne naissance à lanotion de « seringue hypodermique » : C’est l’idée que les médias seraient des géantes seringues qui injectent les contenus dans latête de leur récepteur, c’est une communication unidirectionnelle et très puissante.

[Bachir Lakhsassi](https://umi-ma.academia.edu/BachirLakhsassi?swp=rr-ac-39517031)

Moulay Ismail University, Meknes, Morocco

Graduate Student

https://www.academia.edu/39517031/La\_communication\_de\_masse

**Corrigé de l’examen**

**Consignes d’écriture** : Répondez aux questions suivantes en relevant les réponses exactes (non des passages entiers) du texte proposé

1. Que reproche-t-on à la communication de masse ? (04pts)

* A)-**La propagande**.
* B)-**La culture de masse**.

1. Quel est l’objectif premier relatif à la notion de communication de masse ? (03pts)

* **fédérer des hommes autour d'une stratégie de production et à optimaliser leur rendement**.

1. A)- Relevez l’appellation connotative donnée à la communication de masse. (05pts)

* **seringue hypodermique**

B)-Relevez l’explication justifiant cette appellation.

* **C’est l’idée que les médias seraient des géantes seringues qui injectent les contenus dans la tête de leur récepteur**

1. Relevez le qualifiant attribué à la communication de masse. (03pts)

* **Tous azimuts**.

1. La communication de masse s’identifie par deux capacités lesquelles ? (05pts)

A)- **d'atteindre de larges audiences** .

B)- **d'influencer de larges audiences** .