

JEAN LOUIE BAUDRY: Si le film, n'est pas un, il n'est pas.

CONCLUSION:

IL Y A UNE ENIGME CINEMATHOGRAPHIQUE, ELLES PRENNENT RACINE DANS LA PSYCHANALISE.

SPECTATEUR — Phénomène d'individu, commun au collectif.

Le cinéma est pour tous et ne peut se satisfaire sur la psychologie d'un individu?

En théorie: Le cinéma pour étonner et pour sidérer. Il n'est autre que le reflet du spectateur.

LES FAITS PSYCHO-SOCIAL

-Le degrés de sociabilité

- 1) Les spectateurs ne vont pas voir les mêmes films pour les mêmes raisons.
- 2) Chaque spectateur ne vont pas voir les mêmes films pour des raisons d'esthétisme (ciné et culturel, mais aussi pour des raisons sociologiques.
- 3) Chaque spectateur est différemment sensible au degrés événementielle du phénomène audiovisuel (un fait sociaux culturels)

Le cinéma (degrés) est un fait socio-culturel.

Le degrés événementiel de la t.v est d'ordre économique.

Le téléspectateur y découvre l'objectif social donné par la société.

EX :

PUBLIC ADULTE → REFERENCE SOCIAL

- genre: sport, fiction, ...
- thèmes: amour, violence, ..
- Horaires: prime time
- Le produit: A2, TF1.

- Identification social
- interpersonnelle

RECHERCHE ET ATTENTE DES GENRES

- Adhésions au thèmes
- fidélisation aux horaires
- reconnaissances sociologique
- Satisfaction des désirs sociaux et psychologique

Symboles d'appartenance → groupe
→ classe