

**1. Que sont les SIC ?**

- a. Une science qui englobe les recherches à la fois sur l'information et la communication.
- b. Une particularité française.
- c. Une partie des « *communication studies* ».

**2. Quand se stabilise la notion de public ?**

- a. Avec Gustave Le Bon.
- b. Avec Gabriel Tarde.
- c. Avec Sigmund Freud.

**3. La théorie critique des médias :**

- a. est portée par les philosophes de l'école de Francfort.
- b. suppose que les médias de masse sont responsables d'une culture de masse dégradée.
- c. ouvre une réflexion sur les médias chauds et les médias froids.

**4. Lasswell est à l'origine :**

- a. du modèle de la seringue hypodermique.
- b. des cinq questions : *Who says? What? To whom? In what channel? With what effects?*
- c. du travail sur les effets limités des médias.

**5. L'utilisation des statistiques et des méthodes empiriques dans les recherches sur les médias :**

- a. est l'œuvre d'Harold. D. Lasswell.
- b. cherche à saisir l'impact de stratégies de persuasion.
- c. aboutit à la découverte du concept de leader d'opinion.

**6. Les recherches de Claude Shannon :**

- a. envisagent la communication comme un processus physique.
- b. ont abouti au schéma télégraphique de la communication.
- c. proposent une vision instrumentale de la communication.

**7. La notion de *feed back* de Norbert Wiener :**

- a. complète la proposition de C. Shannon.
- b. est un processus de rétroaction et de circularité.
- c. aboutit à une impasse.

**8. L'école de Palo Alto :**

- a. propose une approche systémique de la communication.
- b. met à jour les codes du comportement.
- c. travaille sur une approche informatisée de la communication.

**9. La kinésique :**

- a. est l'un des codes majeurs découverts par Edward T. Hall.
- b. se décline en marqueurs kinésiques englobant de multiples modes de communication.
- c. est une interprétation du temps.

**10. Le mouvement sémiologique :**

- a. est une approche de la communication par les signes et la signification.
- b. est avant tout une école américaine.
- c. a longuement analysé le milieu publicitaire.

**Réponses :** 1. a. et b. ; 2. b. ; 3. a. et b. ; 4. a. et b. ; 5. b. et c. ; 6. a. et b. ; 7. a. et b. ; 8. a. et b. ; 9. b. ; 10. a. et c.