

Bachelier en communication

HELHa Tournai - Écorcherie 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI

Tél : +32 (0) 69 89 05 06

Fax : +32 (0) 69 89 05 04

Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE204 Sciences humaines: Sociologie			
Code	SOCM2B04	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Christel DELIEGE (christel.deliege@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE vise à analyser les médias en tant que processus sociaux. Comprendre leurs multiples influences sur la société et nos comportements en général, au fil du temps. Analyser leurs modes de fonctionnements et les représentations sociales qui y sont véhiculées, au fil du temps. Le cours envisagera donc les médias dans une perspective sociologique et historique.

Enseignants : Christel Delière et Maxime Bivort

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

- Compétence 3 **Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable**
 - 3.4 Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel, ...)
- Compétence 4 **Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture**
 - 4.1 Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité
 - 4.2 Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture
 - 4.3 Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la culture
- Compétence 5 **Informier, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de communication, des médias et de la culture**
 - 5.1 Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus
 - 5.3 Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé

Acquis d'apprentissage visés

Voir fiche d'Activité d'Apprentissage ci-jointe.

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun
 Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

SOCM2B04A Sociologie des médias et des organisations

40 h / 3 C

Bachelier en communication

HELHa Tournai - Écorcherie 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI
Tél : +32 (0) 69 89 05 06 Fax : +32 (0) 69 89 05 04Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Sociologie des médias et des organisations			
Code	23_SOCM2B04A	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christel DELIEGE (christel.deliege@helha.be)		
Coefficient de pondération		30	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Ce cours vise à analyser les médias en tant que processus sociaux. Comprendre leurs multiples influences sur la société et nos comportements en général, au fil du temps. Analyser leurs modes de fonctionnements et les représentations sociales qui y sont véhiculées, au fil du temps. Le cours envisagera donc les médias dans une perspective sociologique et historique.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de :

Sociologie des médias :

- Identifier et analyser les enjeux, avantages et inconvénients, d'un point de vue scientifique, des différents médias qui nous entourent;
- Analyser des faits sociaux en tenant compte des canaux de communication utilisés et de leurs caractéristiques au point de vue sociologique en ce compris dans une perspective historique;
- Identifier les valeurs et normes sociales sous-jacentes à l'utilisation des médias contemporains (réseaux sociaux, internet, GSM...).

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Sociologie des médias, pourquoi ?

Pour comprendre les multiples influences des médias sur les différentes strates de nos sociétés contemporaines, c'est mettre en lumière nos valeurs et nos fonctionnements. Nos objets d'étude que sont les médias et les organisations représentent des moyens d'observer le monde dans lequel nous vivons.

1. L'histoire sociale des médias

Du livre à Internet et aux réseaux sociaux : évolution des fonctions sociales des médias, usagers et pratiques, réflexions sur les changements de société induits par les médias, dangers pour la citoyenneté et la culture.

2. Théories sociologiques et recherches empiriques : histoire de la sociologie des médias et en particulier des théories sur la réception.

Démarches d'apprentissage

Après une première partie magistrale, les étudiants sont amenés à réaliser une recherche sur un sujet étudié par la sociologie des médias. Toutefois, durant le cours magistral, une participation active de l'étudiant est encouragée par l'échange d'idées, de commentaires critiques autour de problématiques illustrées par des documents sonores ou visionnés ensemble.

Une partie des séances de travail se fera en autonomie avec coaching de l'enseignant(e). Une partie des cours est organisée à distance.

Dispositifs d'aide à la réussite

Exercices pratiques en séances.

Chaque séance se clôture par un moment de questions-réponses. Les étudiants auront la possibilité de demander une rencontre pour discuter de leur recherche.

Sources et références

AKOUN (A.), Sociologie des communications de masse, Hachette, Paris, 1997
ANDLER (D.), Intelligence artificielle, intelligence humaine : la double énigme, Gallimard, Paris, 2023
BRETON (Ph.), Le culte d'Internet, Ed. La Découverte, Paris, 2000
BOURDIEU (P.), Sur la télévision, Ed. Raisons d'agir, Paris, 1996
CLAIR (I.), Les choses sérieuses, enquête sur les amours adolescentes, Seuil, Paris, 2023
LAUGIER (S.) (dir.), Les séries. Laboratoires d'éveil politique, Paris, CNRS, 2023
LAZAR (J.), Sociologie de la communication de masse, Armand Colin, Paris, 1991
MAKAREMI (C.), Femme ! Vie ! Liberté ! : échos d'un soulèvement révolutionnaire en Iran, La Découverte, Paris, 2023
Mc LUHAN (M.), La galaxie Gutenberg, tomes 1 et 2, Gallimard, 1977
NEVEU (E.), Sociologie du journalisme, Ed. La Découverte, Paris, 2001
RIEFFEL (R.), Sociologie des médias, collection Infocom, Ed. Ellipses, 2001
WOLTON (D.), Internet et après ?, Flammarion, Paris, 2000
WOLTON (D.), Penser la communication, Flammarion, Paris, 1997
PEDLER (E.), Sociologie de la communication, Armand Colin, Paris, 2005
MAIGRET (E.), Sociologie de la communication et des médias, Armand Colin, Paris, 2015

Articles de presse et films divers.

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

les notes de cours disponibles sur ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Q 1

Travail de groupe pour 100 % des points

Q 3

Examen écrit individuel pour 100 % des points

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation	Tvs	100			Exe	100

Tvs = Travail de synthèse, Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

Dispositions complémentaires

Néant

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 66 du règlement général des études 2023-2024).