

## 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](mailto:social.tournai@helha.be)

### 1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE204 Sciences humaines: Sociologie			
Ancien Code	SOCM2B04	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	TOCO2040		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées des <b>responsables</b> et des intervenants dans l'UE	<b>Maxime BIVORT</b> (bivortm@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.

#### *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 **Informer, 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) :

## 4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B04A	Sociologie des médias et des organisations	30
-----------	--	----

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

### ***Dispositions complémentaires relatives à l'UE***

#### **Principe général** :

La note de l'activité d'apprentissage constitue la note de l'unité d'enseignement (UE).

Le seuil de réussite pour acquérir les crédits de l'UE est de 10/20. Néanmoins le jury peut souverainement proclamer la réussite de l'unité d'enseignement, même si le seuil de réussite n'est pas atteint pour autant que le déficit soit jugé acceptable au vu de l'ensemble des résultats (cf. articles 139 et 140 du Décret « Paysage »).

La décision du jury, de portée individuelle, est dûment motivée.

#### **Exceptions après délibération du jury** :

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans l'activité d'apprentissage de l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'UE.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération de l'activité d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

Les formes d'évaluation et les dispositions particulières de l'activité d'apprentissage sont reprises dans la fiche descriptive jointe.

Les modalités d'évaluation et d'examens sont détaillées dans le Règlement spécifique des bacheliers en Communication et Gestion des Ressources Humaines de l'année académique 2025-2026 posté sur ConnectED.

#### Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2025-2026).

## 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](mailto:social.tournai@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Sociologie des médias et des organisations			
Ancien Code	23_SOCM2B04A	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	TOCO2041		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées du <b>Titulaire</b> de l'activité et des intervenants	<b>Maxime BIVORT</b> ( <a href="mailto:bivortm@helha.be">bivortm@helha.be</a> )		
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

Examen écrit 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	Exe	100			Exe

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 67 du règlement général des études 2025-2026).