

Domaine d'études : Sciences humaines et sociales Sociologie des médias – OSP CI	Nb de périodes hebdomadaires	
	2	
	Total cursus	77 périodes

Objectifs généraux

Grâce à cet enseignement, les étudiantes et les étudiants doivent être capables d'analyser le rôle des médias, aux niveaux social, politique et économique, et de prendre conscience de la place et de l'impact des nouveaux médias (dont les réseaux sociaux numériques) dans notre société

Elles et ils apprennent à connaître et à maîtriser la pluralité du concept de « média », ainsi que d'autres éléments théoriques et pratiques de la communication et de l'information. Par ailleurs, elles et ils acquièrent des notions et méthodes d'analyse de base, concernant notamment le contenu produit et diffusé par les médias, l'influence des médias et leurs réceptions.

Ce cours doit permettre aux étudiantes et étudiants de mieux comprendre les enjeux liés à la médiatisation de la société afin de pouvoir jeter un regard critique et citoyen sur ces questions qui touchent aux relations interindividuelles, à l'espace public et à la démocratie.

COMPETENCES DISCIPLINAIRES

Les étudiantes et les étudiants sont capables de/d' :

- Acquérir des outils d'analyse des documents médiatiques
- Savoir identifier et évaluer correctement des émetteurs, des messages, des récepteurs et des effets de la communication médiatique
- Être capable de distinguer les missions explicites et implicites des médias face à leurs publics cibles.

COMPETENCES TRANSVERSALES

Compétences en lien avec d'autres disciplines :

- Être capable de dégager les idées principales d'un document médiatique
- Savoir lire et décoder des images
- Savoir faire des synthèses autour d'une problématique.

Compétences et aspects en lien avec la culture numérique :

- Être capable d'identifier les sources de qualité d'un document sur internet
- Savoir faire une recherche sur internet et en effectuer une évaluation critique, notamment en vérifiant les sources et les faits.

Etre capable d'identifier les sources de qualité d'un document sur internet :

- Faire prendre conscience de la complexité liée aux usages des TIC (technologies de l'information et de la communication), à la fois chance et source nouvelle de graves menaces pour l'environnement
- A travers l'acquisition de compétences informationnelles et médiatiques, favoriser le développement d'une attitude responsable chez les individus et leur permettre de prendre une part plus active dans la vie sociale, culturelle, économique et civique.

Compétences et aspects étudiés de la langue française :

1. Être capable de rédiger un texte d'un français convenable.

Programme cadre de l'année

DOMAINES D'APPRENTISSAGE/ SAVOIRS	SAVOIR-FAIRE/ OBJECTIFS DÉTAILLÉS/ COMPETENCES SPECIFIQUES	CONTENUS	Nbre périodes
2. Notions et théorie	L'étudiante/ étudiant est capable de/d' :		
Les notions de base de la sociologie des médias	<ul style="list-style-type: none"> – pouvoir les utiliser pour comprendre le fonctionnement du monde médiatique – connaître les différentes définitions du mot « media » – distinguer les médias traditionnels et les nouveaux médias électroniques. 	<ul style="list-style-type: none"> – la sociologie – le concept de médias – les objectifs des médias – les Droits et Devoirs des journalistes – les groupes de presse – l'audience et le tirage – les agences de presse – le privé et le public. 	
Les théories des précurseurs sur l'influence et la réception des médias	<ul style="list-style-type: none"> – connaître l'histoire des théories sur l'influence des médias – distinguer différents types d'influences des médias sur les individus – distinguer les théories des effets directs de celles des effets indirects – pouvoir adapter ces théories à la compréhension des phénomènes médiatiques liés à l'actualité – comprendre comment se forme l'opinion public – comprendre comment les publics s'approprient les messages des médias. 	<ul style="list-style-type: none"> – la piqûre hypodermique – la communication à 2 étages et le concept de leader d'opinion de P. Lazarsfeld – les concepts de M. McLuhan – l'agenda-setting – les cultural studies et les théories du récepteur actif : (Stuart Hall/D.Morley) – codage et décodage. 	
Compétences et aspects en lien avec la culture numérique :			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Savoir s'interroger sur les contenus numériques. 			
Aspects en lien avec le développement durable et la biodiversité :			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Faire prendre conscience de la complexité liée aux usages des TIC (technologies de l'information et de la communication), à la fois chance et source nouvelle de graves menaces pour l'environnement. 			
Compétences et aspects étudiés de la langue française :			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Etre capable de s'approprier un nouveau champ lexical. 			
Part à apprendre de manière autonome :			
<ul style="list-style-type: none"> ○ Recherche de documents médiatiques en lien avec les problématiques du cours ○ Approfondir la recherche personnelle en lien avec l'actualité médiatique. 			

DOMAINES D'APPRENTISSAGE/ SAVOIRS	SAVOIR-FAIRE/ OBJECTIFS DÉTAILLÉS/ COMPETENCES SPECIFIQUES	CONTENUS	Nbre périodes
3. Analyse des messages médiatiques	L'étudiante/ étudiant est capable de/d' :		
La grille de Lasswell et de ses successeurs	<ul style="list-style-type: none"> - déconstruire plusieurs types de messages médiatiques (écrits, oraux ou audiovisuels) - comprendre la grille comme un exemple de modèle de communication de masse pour produire un effet sur les récepteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> - les questions posées par Lasswell et son successeur : -qui ? -quoi ? -à qui ? -comment ? Par quels canaux ? -dans quelles circonstances ? -dans quels buts ? -avec quels effets ? 	
Analyse de contenu de documents médiatiques : publicités, caricatures, affiches, textes (le fait divers) Campagnes politiques, économiques, préventives.	<ul style="list-style-type: none"> - analyser le contenu d'un document médiatique (publicités, caricatures ou dessins de presse, affiches, articles de journaux et campagnes de de prévention, etc.) - se familiariser avec des notions de sémiologie de l'image - comprendre comment et pourquoi les professionnels des médias sélectionnent les informations. 	<ul style="list-style-type: none"> - dénotation/connotation - normes, valeurs - rôle des couleurs - rôle du texte - types de message - les procédés stylistiques - les critères de sélection de l'information (les lois de proximité, l'originalité, etc.). 	
Analyse des publics et des audiences	<ul style="list-style-type: none"> - comprendre la manière dont les publics cibles sont envisagés dans la production et la circulation de l'information médiatique - comprendre les liens et la différence entre les concepts d'audience (concept de marketing) et de public (notion plus sociologique) - comprendre le rôle des instituts de sondage dans la formation de l'opinion publique - analyser le comportement des publics en fonction de leurs déterminants sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> - l'audience, la part de marché, le(s) public(s) - l'institut de sondage - les déterminants sociaux (classe sociale, âge, sexe, niveau d'étude, lieu d'habitation, etc.) 	
Compétences transversales : <ul style="list-style-type: none"> o Etre capable de dégager les idées principales d'un document médiatique o Savoir lire et décoder des images. 			

DOMAINES D'APPRENTISSAGE/ SAVOIRS	SAVOIR-FAIRE/ OBJECTIFS DÉTAILLÉS/ COMPETENCES SPECIFIQUES	CONTENUS	Nbre périodes
Compétences et aspects en lien avec la culture numérique : <ul style="list-style-type: none"> ○ Savoir déconstruire la communication numérique. 			
Aspects en lien avec le développement durable et la biodiversité : <ul style="list-style-type: none"> ○ Comprendre et analyser les enjeux des campagnes de communication autour du développement durable ○ Comprendre la place du numérique dans la création des groupes sociaux œuvrant en faveur du climat. 			
Compétences et aspects étudiés de la langue française : <ul style="list-style-type: none"> ○ Renforcer les compétences en explication et analyse de texte. 			
Part à apprendre de manière autonome : <ul style="list-style-type: none"> ○ Recherche de documents complémentaires au cours. 			
4. Problématiques	L'étudiante/ étudiant est capable de/d' :		
Le rôle des médias dans la démocratie	<ul style="list-style-type: none"> – comprendre le rôle des messages sur la formation des opinions dans une démocratie – comprendre le rôle des médias dans l'espace public. 	<ul style="list-style-type: none"> – censure/autocensure – propagande/manipulation/séduction/argumentation – fake news, post-vérité, théorie du complot et rumeur – liberté d'expression/liberté de la presse – pouvoir des médias et des réseaux sociaux numériques – espace public, démocratie, bulle de filtre et entre-soi médiatique. 	
La différence entre information et communication	<ul style="list-style-type: none"> – distinguer les enjeux de l'information et de la communication : leurs objectifs et leurs effets – reconnaître la fiabilité des sources – comprendre l'évolution du rôle du statut des journalistes en fonction de l'évolution technologique – appréhender l'évolution des règles déontologiques et les problèmes éthiques occasionnés par les nouveaux médias. 	<ul style="list-style-type: none"> – concepts d'objectivité, de vérification des sources, de vérité et d'indépendance – sources primaires, secondaires, tertiaires – déontologie journalistique (charte des droits et devoirs). 	
Les nouvelles technologies et les modes de sociabilité	<ul style="list-style-type: none"> – différencier sociabilité virtuelle et sociabilité réelle – comprendre les effets positifs et négatifs de la sociabilité virtuelle sur les liens sociaux réels. 	<ul style="list-style-type: none"> – lien social : liens forts, liens faibles – mixité sociale. 	
L'identité numérique	<ul style="list-style-type: none"> – Comprendre le rôle des nouveaux médias dans l'évolution des identités individuelles 	<ul style="list-style-type: none"> – traces numériques, identité pour soi et pour autrui, vie privée/vie publique. 	

DOMAINES D'APPRENTISSAGE/ SAVOIRS	SAVOIR-FAIRE/ OBJECTIFS DÉTAILLÉS/ COMPETENCES SPECIFIQUES	CONTENUS	Nbre périodes
	<ul style="list-style-type: none"> – Comprendre l'influence des nouveaux médias dans l'évolution de la frontière entre vie privée et vie publique. 		
Le numérique et l'intégration sociale	<ul style="list-style-type: none"> – comprendre le rôle des nouveaux médias comme contrôle social et facteur d'intégration sociale – comprendre comment les nouveaux médias numériques. 	<ul style="list-style-type: none"> – intégration sociale et contrôle social – inclusion numérique et fracture numérique. 	
Compétences transversales : <ul style="list-style-type: none"> ○ Distinguer les faits des opinions et savoir identifier des sources ○ Comprendre le lien entre démocratie, liberté d'expression et médias ○ Identifier différents types de sources. 			
Compétences et aspects en lien avec la culture numérique : <ul style="list-style-type: none"> ○ Comprendre le rôle de l'intelligence artificielle dans la communication politique, sociale et économique ○ Questionner les réseaux sociaux comme nouvelle instance d'intégration et/ou comme outil de contrôle social ○ Comprendre les identités numériques et les nouvelles formes de sociabilité ○ Comprendre les enjeux de la culture numérique dans la démocratie. 			
Aspects en lien avec le développement durable et la biodiversité : <ul style="list-style-type: none"> ○ Faire prendre conscience de la complexité liée aux usages des TIC (technologies de l'information et de la communication), à la fois chance et source nouvelle de graves menaces pour l'environnement ○ Favoriser le développement d'une attitude responsable chez les individus et leur permettre de prendre une part plus active dans la vie sociale, culturelle, économique et civique. 			
Compétences et aspects étudiés de la langue française : <ul style="list-style-type: none"> ○ Communiquer de manière claire et précise ○ Savoir synthétiser plusieurs sources ○ Savoir articuler des arguments entre eux. 			
Part à apprendre de manière autonome : <ul style="list-style-type: none"> ○ Approfondir la recherche personnelle autour des grandes questions de la communication médiatique ○ L'étudiante ou étudiant poursuit ses apprentissages à travers l'e-learning, la lecture d'article, le visionnement de documents médiatiques (en DVD ou sur internet). 			

Modalités de l'évaluation semestrielle de la discipline

Type:	écrit
Durée :	90 min
Domaines :	tous les domaines
Contenus évalués :	notions théoriques, application d'outils d'analyse sur des documents médiatiques ainsi que connaissances et réflexions sur des thématiques et des problématiques abordées durant l'année.
Type de questions ou d'exercices :	qcm, définitions de notions, analyse de textes et d'images en lien avec le cours, développement de problématiques sous forme d'une petite dissertation.
Documents autorisés :	aucun
Barème :	fédéral

Modalités de l'examen de certificat de la discipline

Type:	écrit
Durée :	160 min
Domaines :	tous les domaines
Contenus évalués :	notions théoriques, application d'outils d'analyse sur des documents médiatiques ainsi que connaissances et réflexions sur des thématiques et des problématiques abordées durant l'année.
Type de questions ou d'exercices :	qcm, définitions de notions, analyse de textes et d'images en lien avec le cours, développement de problématiques sous forme d'une petite dissertation.
Documents autorisés :	aucun
Barème :	fédéral

Documents, livres et matériel

Ouvrages

- AMEZ-DROZ Philippe, *Médias suisses à l'ère du numérique*, Lausanne, PPUR, 2015.
- BALLE Francis, *Les médias*, Paris, PUF, coll. "Que sais-je?", 2016.
- BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996.
- BRONNER Gérald, *La démocratie des crédules*, Paris, PUF, 2013.
- CARDON Dominique, *La Démocratie Internet. Promesses et Limites*, Paris, Seuil, 2010.
- COLON David, *Propagande, La manipulation de masse dans le monde contemporain*, Paris, Flammarion, coll. "Champs Histoire", 2021.
- CORNU Daniel, *Journalisme et vérité. L'éthique de l'information au défi du changement médiatique*, Genève, Labor et Fides, nouv. éd. 2009 (1994).
- CORNU Daniel, *Les médias ont-ils trop de pouvoir ?*, Paris, Seuil, coll. "Médiathèque", 2010.
- CORNU Daniel, *Tous connectés ! Internet et les nouvelles frontières de l'info*, Genève, Labor et Fides, 2013.
- DUBIED Annik, *Les dits et les scènes du fait divers*, Genève, Droz, coll. "Travaux de sciences sociales", 2004.
- EVENO Patrick, *Les médias sont-ils sous influence*, Paris, Larousse, coll. "A vrai dire", 2008.
- GROSSMANN Agnès, *Le monde avant Me Too*, Paris, Hors Collection, 2018.
- HAYER Gianni, Mix & Remix, *Les médias en Suisse*, Le Mont-sur-Lausanne, LEP, 2012.
- MARTIN-LAGARDETTE Jean-Luc, *Décrypter l'info*, Escalquens, Éditions Dangles 2014.
- MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les médias*, Paris, Seuil, coll. "Points", 1968.
- MAIGRET Éric, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2015.
- PEDLER Emmanuel, *Sociologie de la communication*, Paris, Armand Colin, coll. "128", 2000 (réédition 2005).
- RIEFFEL Rémy, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses, 2010.

Filmographie

Documentaires

- Conspi Hunter : comment nous avons piégé les complotistes*, RTS, avril 2016.
- FAHRER Dieter, *Le 4^e pouvoir*, RTS, mars 2019.
- GREENWALD Robert, *Outfoxed, la guerre de Rupert Murdoch contre le journalisme*, USA, Brave New Films, 2004.
- KAREL William, *Opération lune*, France, Arte et Point du jour, 2002.
- LEIPOLD Jimmy, *Propaganda, la fabrique du consentement*, France, Arte.tv., 2017..

LIEVIN Arnaud, GUIOL Elsa, *La fabrique du mensonge*, France 5, saison 2 (*les fake news au pouvoir*, 2020).
PREABODY Fred, *Tous les gouvernements mentent*, Canada, White Pine Pictures, 2016.

Fictions

PAKULA Alan J., *Les Hommes du président*, USA, Warner Bros, 1976.
MANN Michael, *Révélations*, USA, Mann/Roth Production, 1999.
CLOONEY George, *Good Night and Good Luck*, USA, F, UK, J, Warner Independent Pictures, 2005.
GARENQ Vincent, *L'Enquête*, France, Nord-Ouest Films, 2014.
MCCARTHY Tom, *Spotlight*, USA, First Look, 2015.
VANDERBILT James, *Truth: Le Prix de la vérité*, USA, RatPac-Dune Entertainment, 2016.
SPIELBERG Steven, *Pentagon Papers*, USA, Fox Searchlight Pictures, 2017.
LANG Fritz, *La cinquième victime (While The City Sleeps)*, USA, Bert E. Friedlob Productions, 1956.
STONE Oliver *Snowden*, USA, D, F, Endgame Entertainment, 2016.
LUMET Sidney, *Network: Main basse sur la télévision*, USA, MGM, 1976.

Emissions de radio/télévision/sites internet

RTS : *Géopolitis*, *Nouvo*, *RTS découverte*, *médialogue*

L'Observatoire du conspirationnisme : <https://www.conspiracywatch.info>

Le Clémi : <https://www.clemi.fr>

La Plattform, ressources numériques à caractère pédagogique pour les enseignants du DIP : <https://laplattform.ch/fr/login>

E-médias. Site romand d'éducation aux médias : <https://www.e-media.ch>