

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Sociologie des médias numériques (UNIGE) (5AJ2110)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en journalisme et communication, orientation journalisme	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Coordonnées : sebastien.salerno@unige.ch, Bureau 4327, Poste: Sébastien Salerno, UniGE, Medi@-LAB, faculté des SDS, 40 Bd du Pont-d'Arve 1205 Genève, Twitter: @SalernoSebi

Contenu

Objectifs : Ce cours propose un tableau de la sociologie des médias numériques. Il s'appuie essentiellement sur des analyses théoriques et des travaux empiriques, il fait appel à des extraits filmiques à des fins d'illustration. Dans sa première partie, le cours décrit le nouvel environnement médiatique à la lumière de données statistiques et de questions en lien avec la visibilité et vie privée. Puis, il se consacre à l'influence en ligne. Sont traités ensuite la culture et les usages du numérique La dernière séance est dédiée à la vie politique. Une réflexion sur l'éthique de communication à l'ère des plateformes et des algorithmes vient conclure le cours.

SEANCE 1 TECHNOLOGIE (23.09)

Introduction au cours
L'environnement numérique
Anciens - nouveaux médias
Visibilité et vie privée

SEANCE 2 INFLUENCE (07.10)

Influence personnelle
Leader d'opinion

Notation en ligne

Les algorithmes

SEANCE 3 CULTURE (21.10)

Culture de masse, culture numérique

Remix culture : les mèmes

Les rituels médiatiques

Conférencier Frédéric Hohl: "La Fête des Vignerons 2019"

SEANCE 4 USAGES (11.11)

Coding / Decoding

Les audiences actives

La fin de la télévision, vraiment?

Conférencière Fiona Fehlmann: "Service public. Acceptance by young target groups and future opportunities"

SEANCE 5 DEMOCRATIE (25.11)

La nouvelle sphère publique

Paniques et désinformation

Le désenchantement des nouveaux médias

Conclusion du cours

Forme de l'évaluation

Evaluation: L'évaluation se fait au moyen d'un examen sur table qui vérifie l'acquisition des connaissances délivrées par le cours. Seront estimées la solidité de l'argumentation, la qualité des exemples et l'expression dans une moindre mesure. L'examen écrit dure une heure et trente minutes, il est individuel et réalisé sans document, excepté le dictionnaire de langue. Son contenu sera présenté lors de la séance 1, puis en détails lors de la séance 3. Il aura lieu le 9 décembre 2019 à l'UniGE.

Rattrapage : en cas d'échec un travail équivalent sera demandé lors de la session de rattrapage.

Documentation

Boullier (2019). Sociologie du numérique. 2ème édition. A. Colin.
Bonfadelli et Friemel (2017). Medienwirkungsforschung. UTb.
Deuze et Prenger (2019). Making Media. Amsterdam U Press.
Oliver, Raney et Bryant (2020). Media Effects. 4th Edition. Routledge.
Essais conseillés

URLs
1) Interface de cours: Chamilo (réactualisation au fil du semestre).

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Sociologie des médias numériques (UNIGE) (5AJ2110)

Humphreys (2018). The Qualified Self. MIT Press.

Tassin, Fabien (2019). Au Coeur des réseaux. Des sciences aux citoyens. Le Pommier.

Forme de l'enseignement

Cours magistral