

- 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 création de contenus et communication d'intérêt général | Cours: 4 ph | Voir ci-dessous | 6 |
| 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.

Type : cours-bloc, les séances se déploient sur une journée.

Dates : 28.09 - 12.10 - 26.10 - 09.11 - 23.11 et 14.12
Salle de cours : M2160 à Uni-MAIL

Présence : La présence en salle ou en ligne est recommandée. En cas d'hésitation entre deux valeurs proches, une pondération « bonus/malus » sera effectuée selon la participation aux discussions lors de chaque séance.

Contenu du cours

SÉANCE 1 TECHNOLOGIE (28.09)

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

SÉANCE 2 INFLUENCE (12.10)

Influence personnelle
Leader d'opinion
Notation en ligne
Les algorithmes

SÉANCE 3 CULTURE (26.10)

Culture de masse, culture numérique
Remix culture : les mèmes
Les rituels médiatiques
Préparation à l'examen

SÉANCE 4 USAGES (09.11)

Coding / Decoding
Les audiences actives
La fin de la télévision, vraiment?
Conférence de Fiona Fehlmann (UniBasel-Fhgr) : "Service public. Acceptance by young target groups and future opportunities"

SÉANCE 5 DÉMOCRATIE (23.11)

La nouvelle sphère publique
Paniques et désinformation
Le désenchantement des nouveaux médias
Conclusion du cours

| | |
|------|--|
| 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)

Forme de l'évaluation

Évaluation : 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 14 décembre, après-midi, à l'auditoire De Marignac A300, rez-de-chaussée à Sciences II. L'examen de rattrapage prend place durant la session d'août.

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
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

Modifications: L'enseignant se réserve la possibilité d'effectuer des modifications, qu'il communiquera en classe ou/et sur l'interface de cours.

Manuels conseillés

Beuscart, Dagiral, Parasie (2019). Sociologie d'internet. 2e éd. A. Colin.
Oliver, Raney et Bryant (2020). Media Effects. 4th Edition. Routledge.
Turow (2019). Media Today. Mass Communication in a Converging World. Routledge.

Monographies conseillées

Abidin (2018). Internet Celebrity. Understanding Fame Online. Emerald.
Casilli (2019). En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic. Seuil.
Harcourt (2020). La Société d'exposition. Désir et désobéissance à l'ère numérique. Seuil.