

LICENCE ADMINISTRATION ECONOMIQUE ET SOCIALE
PARCOURS-TYPE GOUVERNANCE DES ENTREPRISES ET DES TERRITOIRES – 3^{EME} ANNEE

- **Titre du cours : Médias et Communication**
- **Programme : L3 AES GET**
- **Langue d'enseignement : Français**
- **Modalité pédagogique : Présentiel**
- **ECTS : 3**
- **Total heures : 21h**
- **Heures CM : 21h**
- **Responsable de la formation : Guillaume Sire**
- **Responsable du cours : Guillaume Sire**

DESCRIPTION

- **Présentation :**

L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec l'écosystème des médias, grâce à des concepts de base de sociologie de médias, économie des médias et sémiologie. Il s'agit également de leur faire comprendre le fonctionnement d'internet, du web, et de la mesure d'audience.

- **Lien avec le programme :**

Ce cours a sa place dans cette formation car les étudiants seront amenés dans leur vie professionnelle à travailler avec des outils numériques : intranet, site web, campagnes de publicité — et auront recours aux médias soit pour s'informer, soit pour informer.

- **Objectifs d'apprentissage :**

A l'issue de ce cours, l'étudiant est capable de :

- Expliquer ce qu'est Internet (TCP/IP, serveurs, opérateurs de transit...)
- Expliquer comment fonctionne la mesure d'audience
- Expliquer les bases de l'économie des médias
- Expliquer les bases de la sociologie des médias
- Expliquer les bases de la sémiologie

- **Contenu, organisation :**

Préambule : qu'est-ce qu'un média ?

1. Phylogénèse de l'information
2. Extensions du domaine de la communication
3. Quel est le pouvoir des médias ?
4. Comment décrire l'innovation dans le domaine des médias ?
5. Comment décrire un média en action ?
6. Comment décrire l'action des médias ?
7. L'économie de l'attention et des interactions
8. Introduction à la sémiologie
9. Une sociologie des publics

- **Modalités d'évaluation** : QCM
- **Bibliographie** :

Balle F. (2021), *Médias & Société*, Paris, LGDJ,

Feyel G. (dir.) (2002), *La distribution et la diffusion de la presse du XVIIIe siècle au IIIe millénaire*, Paris, Editions Panthéon Assas, 256 p.

Flichy P. (1991), *Une histoire de la communication moderne, espace public et vie privée*, La Découverte, Paris, 281 p.

Graham M., Dutton W. H. (2014), *Society & the Internet. How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*, Oxford, Oxford University Press.

Lessig L. (2006), *Code 2.0*, New York, Basic Books, 410 p.

Manovitch L. (2001), *The Language of New Media*, Cambridge, MIT Press, 2001.

Manovitch L. (2013), *Software takes command*, New York, Bloomsbury Academic, 376 p.

Mattelart A. (2009), *Histoire de la société d'information*, 4^e édition, La Découverte, Paris, coll. « Repères », 128 p.

Monnoyer-Smith L. (2013), « Le web comme dispositif : comment appréhender le complexe ? » in : Barats C. (dir.), *Analyser le Web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.

Rieffel R. (2014), *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, 352 p.

Rogers R. (2013), *Digital Methods*, Cambridge, MIT Press, 280 p.

Rouvroy A., « [Autour de l'informatique : les algorithmes et la disparition du sujet](#) », *The conversation*, 22 janvier 2016.

Sonnac N., Gabszewicz J. (2013), *L'industrie des médias à l'ère du numérique*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 126 p.

Szoka B., Marcus A. (2010), *The Next Digital Decade. Essays on the future of the Internet*. Washington, D.C.: TechFreedom.

Turner F. (2012), *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture*, Stewart Brand, un homme d'influence, Caen, C&F éditions ([Préface de Dominique Cardon, .pdf](#)).

Clause de non-responsabilité

Les informations fournies dans ce syllabus sont provisoires et peuvent être modifiées. Les modifications du plan de cours seront annoncées en classe.