






5.00 crédits	30.0 h	Q1
--------------	--------	----

Enseignants	Culot Martin ;Ligurgo Valéria ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables	Introduction à la psychologie et/ou psychologie sociale, analyse sémio-pragmatique des médias ou (Sémiotique générale et Information et communication)
Thèmes abordés	<p>Le cours aborde les thèmes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication et éducation</li> <li>• La médiatisation des savoirs :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• savoirs formels et savoirs informels</li> <li>• compréhension, apprentissage, formation, éducation</li> </ul> </li> <li>• Médias, théories de l'apprentissage (individuel et communautaire) et théorie des représentations sociales induites par les médias</li> <li>• Typologie des effets éducatifs : les représentations, les attitudes et le comportements</li> <li>• Typologie et histoire des dispositifs médiatiques à finalité éducative</li> <li>• Méthodes d'évaluation des effets éducatifs des médias</li> <li>• Enjeux éducatifs du développement des médias, nouvelles pratiques</li> </ul>
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Distinguer les modes de formalisation des connaissances utilisées dans un document ou un dispositif médiatique ;</li> <li>2. Analyser et concevoir les options méthodologiques sous-jacentes à un document ou un dispositif éducatif existant ou en phase de conception ;</li> <li>3. Formuler, à l'aide des outils conceptuels fournis par les théories des communications, des hypothèses sur la portée éducative d'un document ou d'un dispositif médiatique, qu'il soit explicitement éducatif ou non ;</li> <li>4. Concevoir et mettre en œuvre un protocole d'évaluation des effets éducatifs d'un document ou d'un dispositif médiatique sur un public déterminé ;</li> <li>5. Repérer et évaluer les techniques éducatives émergentes dans les pratiques des communications sociales ;</li> <li>6. Identifier les enjeux contemporains de la portée éducative des médias, spécialement dans le contexte des usages médiatiques en réseaux interactifs.</li> </ol>

Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Les étudiants répartis en groupe doivent tout au long du quadrimestre préparer un <b>dossier d'étude de cas</b> analysant un dispositif médiatique sous l'angle de ses effets. Sur base de ces analyses, ils doivent ensuite concevoir et mettre en œuvre un protocole d'évaluation des effets éducatifs de ce dispositif médiatique. Les dossiers font l'objet d'une évaluation qui porte pour <b>80% de la cote du cours</b>. Cette note est attribuée par groupe mais peut être ajustée individuellement en fonction de l'investissement de chaque membre du groupe, fondée sur la participation effective aux séances d'accompagnement par groupe et aux publications et travaux intermédiaires. Les dossiers d'études de cas sont présentés en session et font l'objet d'une <b>défense orale</b> (réalisée en présentiel ou à distance via TEAMS en fonction de l'évolution de la situation sanitaire) qui porte sur <b>20% de la cote du cours</b>.</p> <p><b>En cas de seconde session, les modalités restent les mêmes</b> : les étudiants doivent remettre en groupe (ou le cas échéant individuellement en cas de groupes défaillants) leur dossier d'études de cas et ensuite le défendre oralement en session (en présence ou à distance suivant l'évolution de la situation sanitaire).</p> <p>Les échéances pour les travaux intermédiaires, les séances d'accompagnement par groupe ainsi que la date de publication des dossiers sont communiqués en début de quadrimestre. Les critères d'évaluation des acquis d'apprentissages sont également communiqués aux étudiants en cours de quadrimestre.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Le mode d'enseignement en vigueur pour les cours et les évaluations est le présentiel. Celui-ci pourra être revu si la situation sanitaire devait évoluer défavorablement.</p> <p>Les cours comprennent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• une série d'exposés théoriques réalisés successivement ou conjointement par les deux enseignants et des spécialistes ou professionnels invités;</li> <li>• des séances d'analyse collective de dispositifs médiatiques éducatifs;</li> <li>• des séances de présentation par les étudiants de l'avancement des travaux;</li> <li>• des séances d'accompagnement individuel des groupes.</li> </ul>
Contenu	<p>Ce cours a pour objectif de former les étudiants à l'évaluation des effets éducatifs des médias. Il s'articule en trois phases:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une phase d'exposés centrés sur la notion d'effets des médias et des cadres théoriques mobilisables pour leur étude</li> <li>• Une phase d'analyse des effets médiatiques, considérés comme des processus éducatifs                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producteurs de représentations (ou connaissances)</li> <li>• Producteurs d'attitudes</li> <li>• Producteurs de comportements</li> </ul> </li> <li>• Une phase d'étude des médias spécifiquement conçus en vue de produire des effets éducatifs: les "médias éducatifs"</li> </ul>
Bibliographie	<p>Cleeremans, Axel (1997). Principles for Implicit Learning. In D. Berry (Ed.), How implicit is implicit learning? (pp. 196-234), Oxford: Oxford University Press</p> <p>Dacheux, É. (2001). Étudier le marketing à la lumière de la communication. L'Année sociologique, Vol.51(2), 411. <a href="https://doi.org/10.3917/anso.012.0412">https://doi.org/10.3917/anso.012.0412</a></p> <p>Frenette, M (2010). La recherche en communication sociale. Un atout pour les campagnes sociales. Presses de l'Université du Québec.</p> <p>JODELET D., "Les représentations sociales", Presses Universitaire de France, Paris, 2012</p> <p>Girandola, F., &amp; Fointiat, V. (2016). Attitudes et comportements': comprendre et changer. Presses Universitaires de Grenoble.</p> <p>Meunier, J.-P. (1992). Qu'est-ce qu'un film éducatif? In P. van Meerbeeck &amp; C. Nobels, Quand on n'a que l'amour (p. 284). Bruxelles: De Boeck-Wesmael.</p> <p>Meunier, J.-P. (1995). Deux modèles de la communication des savoirs. Recherches en communication, 4(4b). Consulté à l'adresse <a href="http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewArticle/3511">http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewArticle/3511</a></p> <p>Moliner, P., &amp; Guimelli, C. (2015). Les représentations sociales. Presses Universitaires de Grenoble.</p> <p>Meunier, J.-P. (2015). Des images et des mots': Cognition et réflexivité dans la communication. Louvain-La-Neuve: Editions Academia.</p>
Faculté ou entité en charge:	COMU

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en sciences et technologies de l'information et de la communication	STIC2M	5		
Master [60] en information et communication	COMU2M1	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		