

Titre	Sociologie des publics
--------------	-------------------------------

Filière	Domaine	Année de validité
Information documentaire	Bibliothéconomie	2017 - 2018
N°	Optionnel	Semestre de référence
766-2n		Semestre de printemps S4/S6

Prérequis

Composition du module

No	Unités de cours	Total des crédits
766-21n	Sociologie des publics et comportement informationnel	ECTS 5

Règles de validation du module

Module acquis si la moyenne des évaluations des unités de cours est supérieure ou égale à 4.
 Rattrapage possible si la moyenne est comprise entre 3.9 et 3.5
 Module à refaire si la moyenne est inférieure à 3.5.

Unité de cours

Sociologie des publics et comportement informationnel **No 766-21n**

Objectifs

La pratique de la médiation documentaire ne peut se penser indépendamment d'une connaissance des publics qui utilisent les collections, de leurs pratiques et représentations. Qui sont les groupes qui fréquentent les bibliothèques et, plus généralement, les institutions culturelles, et qui sont ceux qui ne les fréquentent pas ou plus ? A quelles logiques obéissent la (non-) fréquentation de ces établissements, comment comprendre les formes d'appropriation très variées dont ils font l'objet ?

En abordant les principaux résultats, en Suisse et à l'étranger, ainsi que les outils et les débats actuels de la sociologie des publics, ce cours vise à « mettre en contexte » le comportement informationnel. Il s'agit de sensibiliser les étudiant-e-s à la diversité des usagers et des usages d'un service d'information, et à une problématique générale dont l'importance pour le domaine de l'information documentaire va en augmentant.

Le cours vise aussi à cerner et à interroger la spécificité de quelques « publics cibles » centraux – ou qui pourraient le devenir – pour les bibliothèques, comme les « bébés-lecteurs » et jeunes enfants, les

adolescents, les étudiants, chercheurs et enseignants usagers des bibliothèques universitaires et scientifiques, les publics selon la typologie homme-femme, les personnes âgées, les migrants.

Les objectifs du cours sont donc les suivants :

- connaître la diversité des usagers et des usages d'un service d'information ;
- acquérir des connaissances sur les publics des institutions culturelles en général ;
- comprendre la logique de la (non-)fréquentation de ces établissements et les formes d'appropriation dont ils font l'objet ;
- se familiariser avec les principaux outils, approches et débats de la sociologie des publics.

Description du contenu par mots-clés

sociologie - publics et non-publics - usagers et usages de services d'information - pratiques culturelles

Organisation

Crédits	Périodes d'enseignement	Type de cours	Langue
	60 heures	Cours théoriques, travail pratique, étude de textes	F (D)

Modalités d'évaluation

Etude de textes : chaque étudiant-e restituera, par groupes, une des lectures obligatoires.

Travail pratique : mené en groupe, le travail pratique consiste en un travail d'analyse mené en classe portant sur un cas réel. Les résultats font l'objet d'une présentation orale.

Examen écrit : un examen écrit individuel portant sur l'ensemble du cours dans la semaine d'examen en fin d'année académique.

La note finale est composée comme suit : 30% étude de textes, 30% travail pratique, 40% examen écrit individuel.