

Débats d'idées

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Anne-Laure FRANCOIS

Descriptif de l'enseignement : Dans la perspective des métiers du journalisme international ou de la médiation culturelle, le propos de ce cours-atelier est d'initier les étudiants aux grands débats d'idées internationaux, en s'attachant à suivre un certain nombre de sujets au travers de revues d'idées anglo-saxonnes, d'articles de think tanks, de blogs ou de tribunes op ed de grands médias en anglais... On s'essaiera, à partir de textes en anglais non traduits, à différents exercices de décryptage, d'argumentation contradictoire, d'animation de débats et de recension critique. Les textes lus seront en anglais mais la discussion à leur sujet en français.

Approches esthétiques des industries culturelles

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Marc Hiver

Descriptif de l'enseignement : Pour saisir l'émergence du concept d'industrie culturelle, et sa présence dans des disciplines comme le droit et l'économie, il paraît indispensable de rappeler que la question esthétique, la question de la mise en forme des produits ou des services culturels, peut seul rendre compte de leur matérialité. Le cours s'appuiera sur de l'analyse d'approches théoriques et des cas pratiques.

Données, Information, Document

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Marta Severo

Descriptif de l'enseignement : En partant de la distinction classique entre knowledge, information et data, ce cours permettra d'acquérir les bases d'une culture de l'information, transversale aux champs des médias, de l'information-documentation et de l'informatique. Des notions fondamentales comme celles de Big Data et Open Data seront analysées. Les questionnements liés à la gouvernance et neutralité d'Internet seront discutés. A travers un travail d'enquête, les étudiants seront invités à analyser certains des enjeux sociétaux récents liés aux data. Pour l'année 2018-2019, une attention particulière sera dédiée à l'ouverture des données publiques et leur impact sur le développement de la société.

Bibliographie :

- Boullier, D., Sociologie du numérique, 2016 Cardon D. A quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data, Seuil, 2015
- Le Coadic, Y-F, La Science de l'information, Que sais-je ?, 2013

Théorie et culture de l'information et de la communication

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Rhea Edde

Descriptif de l'enseignement : Ce cours introduira aux principaux concepts et modèles théoriques des sciences de l'information et de la communication, afin d'en circonscrire le champ épistémologique et de donner aux étudiants les moyens d'identifier, d'analyser et d'évaluer les évolutions des dispositifs d'information et de communication dans notre société.

Bibliographie

- Manuel infocom : *Information, communication, médiologie*, RENUCCI France (Vuibert, 2010)
- Bounoux Daniel, *La Communication par la bande*, La Découverte, 1991 (Textes à l'appui)
- Cardon Dominique, *La Démocratie Internet*, Seuil, 2010

Web Culture

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Lionel Barbe

Descriptif de l'enseignement : Connaître le Web c'est aussi connaître l'histoire d'internet et le contexte sociotechnique et culturel de son émergence. D'Arpanet au Web 3.0, en passant par l'expérience du Minitel, ce cours à pour objectif d'amener à une meilleure compréhension des méandres d'une révolution médiatique mondialisée.

Bibliographie :

- Manuel Castells, *La Galaxie internet*, Fayard, 2002
- Jean François Fogel, Bruno Patino, *La condition numérique*, Grasset, 2013
- Armand Mattelart, *Histoire de la société de l'information*, Édition La découverte, 2009

Journalisme et télévision

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : David Buxton

Descriptif de l'enseignement : Analyse d'un point de vue sociologique et historique d'un corpus de reportages de télévision des années 1950 à aujourd'hui, notamment des magazines de reportages Cinq Colonnes à la Une (1959-68) et Envoyé spécial (1992-). Comment traiter alors le contenu des magazines de reportages à la télévision d'une manière qui ne tende pas à réduire cette dernière au rôle de simple support ? Comment saisir la spécificité d'une forme qui marie paroles et images ? Poser ces questions d'emblée, c'est prendre conscience à quel point forme et contenu sont indissociables dans le magazine télévisuel ; celui-ci ne saurait être réductible à un communiqué politique ou à une annonce publicitaire, sa crédibilité en dépend. Une influence extérieure, si puissante soit-elle, agit sur des pratiques autonomes déjà en place avec leurs propres critères de validité, leur propre rapport à la vérité.

Bibliographie :

- David Buxton, « Le lieu du fantasme : le commentaire sur images dans les magazines de reportage à la télévision française 1960-92 », en ligne.

Ecriture journalistique

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Lucas BRETONNIER

Descriptif de l'enseignement : Lors de ce premier semestre, les étudiants découvriront les différents formats journalistiques : reportage, enquête, brève, portrait, interview. Pour se plonger dans l'écriture journalistique, deux options : analyser, décortiquer la presse, et pratiquer. Les étudiants se frotteront rapidement au terrain, en réalisant dès les premières semaines de cours un reportage. Les séances commenceront systématiquement par un point sur l'actualité.

Compétences visées : Acquisition des fondamentaux de l'écriture journalistique. Remise à niveau sur des questions d'actualité.

Bibliographie :

- Yves Agnès, *Manuel du journalisme*, Collection Repères.

Journalisme culturel

UNIVERSITE PARIS NANTERRE

Enseignant : Jonathan GLUSMAN

Descriptif de l'enseignement : Il s'agira d'initier les étudiants aux caractéristiques du journalisme culturel dans les domaines de la littérature, de l'art, du théâtre, de la musique et du cinéma. En s'appuyant à la fois sur une approche historique et sur des exemples contemporains, le cours cernerá les spécificités de cette forme rédactionnelle. Les étudiants seront accompagnés dans l'élaboration de leurs propres textes critiques. Le travail sur la critique théâtrale se fera dans le cadre d'un partenariat avec le Théâtre des Amandiers de Nanterre, et celui sur la critique littéraire à partir d'une rencontre avec La Quinzaine littéraire.

Compétences visées : Apprentissage de la méthodologie de l'écriture critique en fonction de la diversité de ses objets. Préparation au master 1 « Humanités et industries créatives, parcours Journalisme culturel. »

Sociologie de la communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : E. Guevara ou S. Bossier ou R. Boivin

Description de l'enseignement : Le cours de Sociologie de la communication présente les grands courants de recherche qui ont étudié le rôle des médias dans les sociétés contemporaines. À partir des premiers travaux américains des années 1940, le cours aborde la question de l'influence sociale des médias de masse et des limites atteintes par la recherche, obligeant à penser différemment la problématique des effets, mais surtout à envisager les médias sous l'angle des pratiques culturelles, de la réception et de la production de contenus médiatiques.

Histoire de la communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : D. Zaraya

Description de l'enseignement : Le cours d'Histoire de la communication a pour objectif principal de retracer, ainsi que de replacer les principales techniques de communication dans leurs contextes d'innovation/invention et d'appropriation de la vie sociale. Il s'agit donc de cerner non seulement les techniques ou moyens de communication, mais aussi de mettre en perspective ces derniers avec les contextes socioculturels qui leur ont donné forme. L'évolution technique qui accompagne les médias n'est jamais autonome, elle émerge et s'insère dans des contextes marqués par des croyances, des savoirs, des contraintes et des enjeux. Plus que dans une simple approche historique des principaux moyens de communication, ce cours s'inscrit ainsi également dans une perspective socioculturelle, l'histoire de la construction sociale des moyens de communication s'avérant nécessaire si nous voulons comprendre les enjeux contemporains auxquels sont confrontés les médias.

Anthropologie de la communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : M. Younès ou J. Axelrad

Description de l'enseignement : Le cours d'Anthropologie de la communication porte sur les enjeux sociaux et culturels du langage et de la communication. Nous présenterons les concepts (en particulier le concept d'interaction et une partie du champ interactionniste qui s'en inspire), les méthodes et les débats théoriques de l'anthropologie de la communication, domaine qui reste peu exploré en France, mais qui, dans le monde anglo-saxon notamment, a donné lieu à une tradition de recherche extrêmement féconde.

Psychologie de la communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : M. Castello

Description de l'enseignement : Le cours de Psychologie de la communication aborde les problématiques suivantes : La communication est-elle un moyen, un effet ou une source de nos facultés cognitives ? Pouvons-nous communiquer des perceptions ? Quel est le rapport entre communication, représentation et langage ? Pouvons-nous communiquer si nous ne nous comprenons pas ? Quelle communication est possible avec ceux qui n'ont pas le même code de communication que nous ? La communication permet-elle vraiment de créer un rapport avec l'autre ? Ce sont à toutes ces questions que le cours de psychologie de la communication cherche à répondre en rendant compte de l'éventail des concepts et des pratiques, correspondant à des théories non seulement hétérogènes mais aussi contradictoires, qui relient les phénomènes psychiques et les phénomènes de la communication : apports de la psychologie cognitive, théorie systémique, théorie psychanalytique. Ce cours permet en même temps de comprendre des aspects spécifiques d'application des connaissances psychologiques dans le champ des analyses et des pratiques de la communication.

Ethique pratique de la communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : P. Amblard ou S. Broca ou T. Boudjelti

Description de l'enseignement : Les professionnels de la communication et des médias ont besoin de comprendre et d'interpréter correctement le contexte éthique et pratique relatif aux médias. Pour cela, il est important de les replacer dans l'architecture globale des institutions françaises. Aussi les premières séances du cours d'Éthique et pratique de la communication sont-elles consacrées à comprendre cette dimension institutionnelle. La découverte et l'apprentissage d'un minimum de vocabulaire philosophique est indispensable. Les objectifs du cours sont de comprendre l'architecture des institutions sources de la réflexion éthique en France, sans laquelle la compréhension de la communication et des médias n'est pas possible, de connaître les institutions qui jouent un rôle déterminant dans la vie des médias, de comprendre la dimension européenne voire internationale du contexte médiatique, de connaître les grands principes de la communication et des médias et de connaître les grands principes des journalistes et de l'information, quel que soit le média de diffusion et les grandes lignes de l'internet.

Esthétique de la communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : V. Rouzé

Description de l'enseignement : Le cours d'Esthétique de la communication a pour objectif d'explorer les liens entre la réflexion sur l'Esthétique, issue de la philosophie, et les pratiques de la communication. Entendue comme une philosophie de l'art mais aussi, plus largement, comme une philosophie du sensible, l'Esthétique invite à réfléchir très globalement à la relation de l'être humain au monde à travers son système sensitif. Les deux définitions de l'Esthétique, abordées conjointement, permettent de définir en quoi celle-ci se donne comme un objet de communication, permettant aux êtres humains de « faire société » autour de leurs goûts et de leur approche sensible du monde. Le cours montre notamment en quoi l'art est une forme de communication, proposant au spectateur des expériences variées, souvent collectives, qui n'oublient pas le principe de plaisir. Retraçant à grands traits, selon le fil de l'histoire des idées et des mentalités, les étapes de la réflexion esthétique (Platon, Aristote, Saint-Augustin, Kant, Diderot, Hume, Nietzsche, Wilde, Hegel, Rosenberg, Adorno...), le cours s'accompagne d'une approche pratique d'analyse de l'œuvre d'art, mobilisant les principales catégories d'analyse esthétique et invitant à une réflexion transhistorique sur l'évolution des critères du beau.

Analyse du discours médiatique

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : J. Maixent ou M. Donot

Description de l'enseignement : Les discours politiques, publicitaires, journalistiques... se donnent à voir et à entendre sur des supports de plus en plus divers et sophistiqués, de plus en plus développés. Leur influence efficace, manifeste ou plus voilée agit sur nos représentations individuelles et collectives, guide nos pratiques et nos croyances, nous influence plus ou moins durablement, plus ou moins fortement participant ainsi aux processus de subjectivation. Quels sont les stratégies, les procédés, les dispositifs mis en œuvre pour informer, persuader ou convaincre ? Quels sont les enjeux de ces « machines de capture » ? Comment se font et se défont, se renforcent ou s'affaiblissent les « légitimités » de certains genres et types de discours ? Ce sont les questions abordées dans le cours d'Analyse du discours médiatique.

Jeunes et communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : S. Jehel

Description de l'enseignement : Croiser les approches sociologiques sur la jeunesse et sur les médias pour analyser les enjeux des relations entre les jeunes et les médias, ce que les médias offrent aux jeunes, ce que les médias disent des jeunes, ce que les jeunes font des médias... Les jeunes sont devenus depuis les années 1920, et plus encore les années 1960 une cible privilégiée des industries médiatiques (cinéma, publicité, radio). A partir de la fin des années 1990, des chaînes de télévision s'adressent aux jeunes de plus en plus jeunes. Des contenus de plus en plus spécifiques leur sont proposés qui cherchent à leur proposer des répertoires d'identité tout en les séparant des autres générations. Aujourd'hui ils utilisent massivement internet et les plateformes de téléchargement, les réseaux sociaux numériques scrutent leurs usages pour leur proposer des formes de communication visuelles, éphémères, instantanées. Le cours proposera de comprendre la complexité et la diversité de la jeunesse, le fonctionnement des stratégies des industries médiatiques en direction des jeunes, les enjeux de la socialisation des jeunes par les médias. Les étudiants seront amenés à construire des analyses de sites ou d'émissions destinées aux jeunes et à participer au festival des films d'éducation à Evreux, qui propose des représentations alternatives de la jeunesse.

Communication et cinéma

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : J. Maixent

Description de l'enseignement : Le cours explore les relations entre la communication et le cinéma (en tant qu'art et en tant que monde professionnel). Il comporte une double orientation. La première consiste à étudier, à partir d'un corpus d'une cinquantaine d'extraits de films, la relation entre la mise en scène et le spectateur, en explorant les liens entre les formes cinématographiques et la création de sens et d'émotions. La seconde partie, résolument professionnalisante, consiste à rencontrer des professionnels de la communication exerçant dans le domaine du cinéma, et ainsi à explorer les métiers

qui sont autant de débouchés pour des étudiants en communication attirés par le secteur cinématographique.

Genre et communication

UNIVERSITE PARIS 8 VINCENNES SAINT-DENIS

Enseignant : M. Gervulle

Description de l'enseignement : Non disponible.