



SET - SERVICE DES ENSEIGNEMENTS TRANSVERSAUX

ETC INTERDISCIPLINAIRE
2021-2022

ANALYSER LES MESSAGES MÉDIATIQUES: ÉTUDES DE CAS

THÉMATIQUE DE L'ETC : Regard critique sur la science, la technologie et le numérique

CODE : UCW0L203 – UCW0M291

RESPONSABLE DE L'ETC ET ENSEIGNANT :

Nom : Joëlle BOURGIN

Email : joelle.bourgin@univ-grenoble-alpes.fr

ORGANISATION DE L'ENSEIGNEMENT INTERDISCIPLINAIRE :

Toutes les informations concernant les ETC interdisciplinaires sont sur l'intranet étudiant LEO que vous devez consulter régulièrement

- Nombre d'heures/semestre : 22h d'enseignements + évaluation terminale + évaluation de la session de rattrapage
- Capacité par groupe : 150
- Nombre de groupe : 1
- Créneaux horaires **susceptibles d'être modifiés (cf. planning sur Léo)** :
Lundi de 17h30 à 19h30
- ETC ouvert au semestre : 2
- Public étudiant concerné : ☒ L1 ☒ L2 ☒ L3 ☒ M1 ☒ M2
- Nature de l'UE proposé : CM

PROGRAMME ET DÉTAIL DES ACTIVITÉS :

Cet enseignement analyse des séquences et des corpus médiatiques constitués de supports de différentes natures (articles de la presse écrite et web, émissions radio, vidéos, publications sur les réseaux sociaux numériques) autour de thématiques variées. La réflexion collective sera guidée par quelques grandes questions directrices :

- les informations évoquées sont-elles valides ?
- comment sont-elles racontées, mises en scène ?
- leur sélection et leur présentation sont-elles tributaires de partis pris idéologiques ou politiques ?
- comment le message médiatique parvient-il aux lecteurs, auditeurs, spectateurs, « *followers* » et comment est-il traité par ces derniers ?
- comment différents acteurs s'en emparent-ils pour en faire un étendard, un repoussoir, une source de prestige ou encore un support de sociabilité ?

Il s'agit ainsi de développer des attitudes et stratégies intellectuelles favorisant un usage éclairé des médias (ainsi que des réseaux sociaux numériques qui jouent un rôle d'infomédiation ou de courtage informationnel). Des notions issues notamment de la sociologie des médias, de la sémiologie (science des signes) ou encore de la psychologie cognitive (qui traite de la connaissance et des représentations mentales) seront mobilisées afin de mieux comprendre le poids exercé par certaines conditions de production, de diffusion et de réception des messages médiatiques.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR :

- soumettre un support d'information à un questionnement méthodique (sur le média, l'auteur, l'angle journalistique, les sources citées, les faits présentés, etc) ; évaluer la fiabilité et le positionnement d'un document ; connaître et utiliser des outils de *fact-checking* ; varier et confronter les points de vue sur un sujet ou un événement en vue d'en approfondir sa compréhension (sans tomber dans un relativisme épistémologique selon lequel toutes les versions se valent) ;
- mieux connaître l'environnement médiatique (au sens large) et ses dynamiques structurelles, c'est-à-dire non seulement le fonctionnement des entreprises de presse, mais aussi l'usage des informations comme biens culturels symboliques par une multiplicité d'acteurs sociaux ; repérer certains mécanismes d'attention, d'interprétation et certains biais cognitifs à l'œuvre dans la réception de signes - verbaux et non verbaux - agencés au sein d'un message médiatique.

PRÉ REQUIS OU REMARQUES À L'ATTENTION DES ÉTUDIANTS :

Pas de prérequis, ce cours étant introductif au domaine des Sciences de l'Information et de la Communication. Les participants sont tenus de préparer régulièrement les études de cas proposées (environ 1h de travail préparatoire hebdomadaire).

MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES ET DES COMPÉTENCES :

- Notation sur 20
- Coefficient ETC : 1

ÉVALUATION TERMINALE :

MODALITÉ : 5

■ Session 1 : type d'épreuve

☒ AUTRE : « Devoir maison »

■ Session rattrapage : OBLIGATOIRE

☒ AUTRE : « Devoir maison »