

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Communiquer à l'ère digitale (2JC1072)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Pilier principal B A - sciences de l'information et de la communication	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	5
Pilier secondaire B A - sciences de l'information et de la communication	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	5

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

Equipe enseignante:

Gloria Origi. Directrice de Recherche au CNRS - Institut Nicod - Ecole Normale Supérieure - EHESS

Objectifs:

L'objectif du cours est d'initier les étudiants à l'étude de la communication sur les nouveaux médias, à partir d'une approche socio-pragmatique de la communication et de sa relation avec l'identité et l'image. Les nouveaux médias sont un terrain où on est particulièrement vulnérables aux biais de l'information : la viralité des certains message, la construction de sa propre identité en ligne ainsi que la circulation intentionnelle de fausse information créent un paysage informationnel nouveau qui demande à être compris avec des outils appropriés. Le cours mélangera des notions de théorie de la communication, de sociologie, d'épistémologie sociale, de psychologie et de théorie des médias. Une connaissance au moins basique de l'anglais (pour lire des textes) est requise. La validation se fera à partir des travaux (en groupe) des étudiants concordés en classe (papiers/réalisations vidéos/sites web) et des orales de ces travaux aux séances d'examen.

Contenu:

Programme détaillé :

- 1) Communication verbale et non verbale
- 2) Présentation de soi et communication
- 3) Introduction aux concepts des Social Media : Influence, Confiance et Engagement
- 4) Ce que les Social Media disent de nous
- 5) Fake news et propagande sur le Web
- 6) Une société des crédules ?
- 7) Cascades informationnelles et chambres d'écho
- 8) Réputation et Information
- 9) Quelques notions de "résistance épistémique" : comment produire des media sociaux de meilleure qualité ?
- 10) La propagande en démocratie
- 11) Règles de qualité de l'information
- 12) L'e-réputation
- 13) Techniques de gestion de l'image sur le Web

Forme de l'évaluation:

Evaluation interne notée

Documentation:

Bibliographie générale :

- Consalvo, M., Ess, C. (2012) The Handbook of Internet Studies, Blackwell-Wiley (extraits)
 E. Goffmann (1959/1973) La mise en scène de la vie quotidienne. Premier tome : la présentation de soi, Paris, Minuit.
 G. Origi (2015) La réputation, PUF, Paris
 Sloan, L. Quan-Haase, A. (2017) The Handbook of Social Media Research Methods, Sage Publications.
 Sperber, D. Wilson, D. (1986/1995) Relevance: Communication and Cognition, Basil Blackwell
 Stanley, J. (2015) How Propaganda Works, Princeton University Press.