

Introduction aux médias et à la communication

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 18,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +2
- > Période de l'année : Enseignement troisième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V3LMEDP

Présentation

Ce cours dispense des connaissances de base concernant l'information, l'image, les médias pour mieux comprendre les enjeux de la « explosion de la communication » et/ou de la « révolution de l'information » auxquelles on assiste depuis deux décennies.

La communication et son histoire

L'information, sa fabrication, ses supports, et ses évolutions

Initiation à la lecture de l'image, support d'information et de communication : photo de presse, publicité.

Etudes de cas : quelques stratégies de communication (commerciale, politique, institutionnelle)

Objectifs

Il s'agit de faire prendre conscience des enjeux actuels de la communication et de

l'information en dispensant des connaissances de base : les types de médias et de journaux en France, la une et sa composition, les codes de l'image, et l'utilisation de l'image dans l'information et la communication (publicité)

...

Évaluation

- Contrôle continu : Une épreuve écrite de 1h30 comprenant des questions de connaissances et d'analyse (à partir d'une une de journal, de photo de presse ou de publicité, de texte portant sur l'information ou la communication...)
- Contrôle dérogatoire : idem
- Contrôle de seconde chance :

Pré-requis nécessaires

pratique courante du français écrit et oral

Compétences visées

utiliser les connaissances de base sur les médias pour lire une Une, une photo de presse ou une image publicitaire, analyser une stratégie de communication.

Bibliographie

- BRETON, Philippe, PROUX, Serge, L'Explosion de la Communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication, Paris : La Découverte, « Grands repères », 2012.
- ALMEIDA, Fabrice, et DELPORTE, Christian, Histoire des médias en France : de la Grande Guerre à nos jours. - Paris : Flammarion (Champs), 2e édition, 2010.
- FLICHY, Patrice, Une histoire de la communication moderne, La Découverte, 2004.
- JOLY, Martine, Introduction à l'analyse de l'image, Armand Colin, 2005.
- JOST, François, Introduction à l'analyse de la télévision, Ellipses, 2007.
- JOST, F. (dir.), 50 fiches pour comprendre les médias, Bréal, 2009.
- PATINO, Bruno, La civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l'attention, Grasset et Fasquelle, 2019 (Livre de poche).

Contact(s)

> Laurence Vanoflen

lavanofl@parisnaterre.fr