

PRINTEMPS 2021

Analyse de la communication publique (MA-SPEC-ADCP-0101)

MÉDIATISER DES IDENTITÉS PUBLIQUES EN CONTEXTE POLÉMIQUE

mercredi 12h30-14h00, anthropole 3128

Marcel BURGER

Cet enseignement vise l'acquisition de connaissances théoriques et méthodologiques pointues dans le domaine de la communication publique. Comment les appareils d'état communiquent-ils par le biais de médiateurs professionnels pour un public de masse considéré sous l'angle citoyen ?

Plus précisément, on propose une méthode de repérage et d'analyse systématique de la construction des identités dans les discours médiatiques et politiques dans les contextes de crise: pandémie, terrorisme, conflit armé, effondrement des économies etc. Comment construit-on une identité? Lesquelles? Comment médiatise-t-on ces identités? À quelles fins et selon quelles modalités stratégiques? L'attention portera ce semestre sur la communication de crise des gouvernements et des experts dans le contexte de la pandémie du covid-19.

Analyse de la communication publique (MA-SPEC-ADCP-0101)

APPRENDRE À COMMUNIQUER SES COMPÉTENCES

jeudi 4 et 11 mars 2021, 10h15-16h00, synathlon 2212

Laura DELALOYE SAILLEN

Ces deux séances d'encadrement spécifique sont basées sur la création et l'emploi d'un E-portfolio: elles permettent ainsi non seulement d'orienter l'étudiant dans son cursus de Spécialisation, mais surtout de lui faire prendre conscience des compétences qu'il y développe. De fait, ces séances se conçoivent comme des temps de discussion lors desquels les participants reconsidèrent leur formation en Lettres avec une prise de distance nécessaire à une meilleure compréhension des compétences acquises dans leur cursus. On débute par une sensibilisation à l'éventail des réflexions menées dans le cadre de la Spécialisation, puis on présente une réflexion spécifique à propos des compétences développées et des moyens d'exploiter celles-ci dans un contexte extra-universitaire. Autrement dit, les étudiants ne considéreront plus les contenus seulement comme des savoirs mais aussi comme des savoir-faire à communiquer auprès d'un futur employeur.

MÉTHODES D'ANALYSE EN DISCOURS DE COMMUNICATION PUBLIQUE

jeudi 15 et 29 avril 2021, 10h15-16h00, synathlon 2212

Laura DELALOYE SAILLEN

Ce programme de deux cours-bloc donne un éclairage épistémologique et méthodologique sur la communication politique et médiatique. Le premier cours-bloc adopte le point de vue des sciences de la communication et des sciences du langage pour l'analyse des discours médiatiques. Il y est plus précisément question de journalisme d'information. Qu'est-ce que l'info? Pourquoi, comment, et avec quels enjeux configure-t-on de l'information dans les médias? Le second cours-bloc propose une perspective sociologique et langagière des controverses dans les espaces publics médiatisés. Qu'est-ce qu'une controverse? Comment et avec quels enjeux médiatise-t-on une controverse?

Analyse de la communication multimédiale (MA-SPEC-ADCP-0102)

LES INTERACTIONS EN MILIEU INSTITUTIONNEL

vendredi 10h15-14h00, (26.2./19.3./16.4./30.4./14.5./28.5) anthropole 2102

Simona PEKAREK DOEHLER

Ce séminaire vise à donner aux étudiants-es les moyens conceptuels et méthodologiques pour analyser les interactions en contexte institutionnel. On abordera des questions du type: Quelles sont les traits distinctifs d'un débat présidentiel? Comment lors d'appels d'urgence à la police, les appelants s'y prennent-ils pour formuler leur demande de façon efficace et indexer la gravité de la situation? Quelles sont les traits caractéristiques de l'échange de type question-réponse entre médecin et patient lors de consultations médicales?

L'objectif sera de mieux cerner les enjeux institutionnels des différents lieux étudiés au travers de l'analyse de l'accomplissement d'actions emblématiques – telles les questions, les réponses, les salutations – et de la construction collaborative de sens dont elles participent. Ce faisant, nous prêterons attention à la fois aux propriétés linguistiques (p.ex. formatage grammatical des questions), séquentielles (p.ex. l'occurrence de pré-requêtes préparant le terrain pour une requête) et multimodales (gestes, regards, etc.) des échanges. Le séminaire se propose également de contribuer au développement de la compétence des étudiants à analyser finement, de manière détaillée et solidement argumentée, des données empiriques d'interactions authentiques.

Argumenter en contexte professionnel (MA-SPEC-ADCP-0103)

ARGUMENTATION IN FASHION COMMUNICATION

(e-Learning)

Sara GRECO

Fashion is about creating and telling stories using multimodal narratives that use verbal components but also visual, tactile and other components.

This course explores two main areas: (a) how fashion works from a viewpoint of cultural semiotics and how symbolic resources are used in a culturally innovative and creative way by designers, fashion brands consumers; (b) how multimodal argumentation in fashion is created and what main arguments are used to address different segments of the audience with a specific accent on fashion controversy (e.g. around fashion sustainability).

ARGUMENTATION IN PUBLIC COMMUNICATION

(e-Learning)

This course provides students with a method to analyze and design arguments, based on a discussion of a series of case studies within different contexts of public communication. The focus will be on the topic of hate speech and its consequences at the level of public communication. Students will be able to reconstruct which argument schemes are used in different contexts and documents of public communication (distinguishing, for example, argument schemes such as means-end argumentation, analogy and appeals to authority), analyze their implicit premises and evaluate their validity.

Argumenter en contexte professionnel (MA-SPEC-ADCP-0103)

ARGUMENTATION IN THE MEDIA

(e-Learning)

Andrea ROCCI

Argumentation is a discursive activity aimed at solving differences of opinion by presenting reasons. In an ideal argumentative context issues are solved reasonably, relying on "the unforced force of the better argument" (Habermas). The ability to craft effective and sound arguments and to critically assess arguments as they appear in the current media ecology are critical skills for media professionals. Moreover, argumentation represents a resource for sound decision making within media organizations. Finally, media managers need to understand the factors impacting the quality of argumentation as they act as gatekeepers and platform providers for discussions in the public sphere. Having introduced the basics of argument analysis, the course dwells on the requirements of a critical discussion, discussing with current examples the threats to the freedom of discussions (ad hominem, ad baculum, free speech vs. hate speech), to their responsibility (presumptions and burden of proof), to acceptability of evidence (sourcing, misinformation and "fake news", conspiracies and debunking), to the relevance of arguments ("straw man" fallacy, undue polarization). Political press conferences are then explored in-depth to practice the analytical reconstruction of arguments from a dialectical and inferential viewpoint, with a focus on journalist's critical questions, the role of implicit premises and the form of reasoning (argument scheme). At the same time, the work on press conferences will allow to appreciate the role of media argumentation in public accountability processes. Thanks to a series of case studies of argumentation in the newsroom based on authentic recordings, the course then explores decision making of journalists in newsroom meetings, their writing processes, and the argumentative design of the final news products.

Ecrire pour et par les médias (MA-SPEC-ADCP-0104)

ETHNOGRAPHIE DU JOURNALISME. ANALYSER LA PRODUCTION DE L'INFORMATION

vendredi 12h30-14h00, hebdomadaire, anthropole 3128

Marcel BURGER & Laura DELALOYE SAILLEN

Centré sur les pratiques de l'information dans les médias (ex: un bulletin de nouvelles télévisé, un éditorial de presse écrite, un débat radiophonique), le cours-séminaire a pour objectif de sensibiliser les étudiants au rôle que jouent les activités journalistiques "de coulisses" dans la compréhension de l'info produite pour les publics de téléspectateurs, auditeurs, lecteurs.

Le cours-séminaire a plus précisément pour objet les interactions et négociations qui engagent les journalistes entre eux dans leurs activités quotidiennes. L'attention est centrée sur un type d'interaction essentiel: les conférences de rédaction durant lesquelles se décide l'agenda médiatique du jour. On y analyse dans le détail comment et pourquoi les journalistes argumentent, témoignent de leur expertise et de leur autorité? Comment ils évoquent et invoquent les normes et routines professionnelles qui sont les leurs? Plus généralement, comment et pourquoi ils accomplissent, rendent compte et évaluent collaborativement leurs pratiques professionnelles?