

AUTOMNE 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 7 et 14 octobre 2021, 10h15-16h00, anthropoLe 2096

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 28 octobre et 18 novembre 2021, 10h15-16h00, anthropoLe 2096

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)

ANALYSER LES DISCOURS DES NOUVEAUX
MÉDIAS ET DES RÉSEAUX SOCIAUX: ENJEUX
PUBLIQUES, POLITIQUES ET MÉDIATIQUES

vendredi 10h15-12h00, anthropoLe 5093

Marcel BURGER

Cet enseignement propose des outils pour appréhender la complexité des discours des nouveaux médias et des réseaux sociaux et plus spécifiquement les formes de participation inédites que ceux-ci impliquent. L'avènement de la communication par la technologie digitale a modifié en profondeur les discours: publics et privés, les valeurs supportant les relations sociales, tout comme les habitudes de communication au quotidien.

D'une manière générale, les nouveaux médias impliquent des langages 'en action' qui engagent les utilisateurs d'abord à accepter les conditions d'usage, puis les sollicitent à faire ('liker') et à promouvoir (partager). Ces langages se caractérisent plus précisément par des enjeux d'immédiateté et d'interactivité au plan de la communication, des enjeux de responsabilité au plan de l'information, et par des enjeux idéologiques de légitimité à intervenir dans les espaces sociaux.

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

PERSONAL BRANDING ON SOCIAL MEDIA

[contacter marcel burger]

Eleonora BENECCHI (USI)

In a world where social media reign, the presentation of the self is becoming essential to find a job. More and more employers are looking at applicants' social media profiles before interviewing and hiring them. Therefore, in today's labor market, learning how to portray the «self» in the online social environment is a vital skill.

This workshop aims to train participants on personal branding on social media, combining theory with practice. We will dive into this issue through a lecture with case studies (of both success and failure) and tutorial videos that want to show the best strategies and tools at our disposal to enhance our online brand image.

Finally, participants will have the chance to write their personal branding statement with the support of a guided task, as well as having the unique opportunity to get two Hootsuite certifications, increasingly required when applying for a job.

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

BRAND COMMUNITIES ON SOCIAL MEDIA

[contacter marcel burger]

Eleonora BENECCHI (USI)

Humans are social beings, and from the beginning of the gods, they have joined together in communities to help each other and to pass on certain cultural values. As it turns out, brands convey specific cultural and inspirational value and meanings, so people have created and still are building communities around a product to talk about their object of passion. With the advent of social media, companies realized the importance of such communities to support the attention, engagement, and satisfaction of their brands. Consequently, dealing with social media communities is becoming an essential practice when it comes to social media management.

This workshop aims at understanding the fundamental principles surrounding brand communities: starting from traditional offline forms up to groups formed directly on the Web. Then, we will examine how to create and manage a social media brand community and why it is beneficial for a marketing strategy.

At the end of the class, participants will have the unique opportunity to get two Hootsuite certifications, increasingly required when applying for a job.

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

PUBLIC COMMUNICATION IN A
NETWORKED SOCIETYvendredi 29 octobre 2021, 13h00-16h00, anthropoLe 3017
[contacter marcel burger]**Aleksandra GNACH (ZHAW)**

Media are an oblique part of our daily lives: we use them to get and stay in touch with friends, organize our days, keep up to date with developments in our town and around the world – only to mention a few examples. The constant use of digital media in our highly mediated world is transforming public communication, an area traditionally dominated by journalists and communication professionals. In the networked public sphere, private opinions compete with journalistic news, political statements, marketing content, influencer posts, fake news, and social bot communication.

In this course, the students will deepen their knowledge of digital public communication in the context of digital transformation. The inputs aim at enabling the students to understand communicative roles and reflect on the communication in the public sphere in relation to roles and communicative goals. Furthermore, the course introduces methods for conducting ethnographic studies on social media communication.