

A close-up photograph of a brown tabby cat with white markings, sitting on a silver laptop. The cat is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a soft, out-of-focus grey.

BIENVENUES !

**Master en
Communication et
cultures numériques**

Cultures numériques, quèsaco ?

Cultures (UNESCO Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles, 1982)

« ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social.. les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances »

Numériques

« phénomènes culturels qui concernent ou se développent par rapport à ou par l'intermédiaire des médias et des technologies numériques »

Quelques exemples ?

- Pratiques de remix
- Contenu généré par les utilisateurs (user-generated content)
- Mèmes d'internet
- Anonymat, pseudonymat, identités multiples, effondrement du contexte
- Fanfiction, fanart
- Lurking, trolling
- Influenceur web

Qu'allons-nous étudier ?

- Comment le numérique s'imbrique dans notre vie collective
- Comment les liens sociaux, les pratiques quotidiennes, les actes militants, les cultures populaires et les échanges économiques s'inscrivent dans des espaces hybrides, entre présentiel et numérique
- Comment les médias participent au dépassement ou au renforcement des inégalités sociales sur le climat, la citoyenneté, le genre, les classes, les ethnicités

Pourquoi Communication & Cultures ?

Le numérique a bouleversé le monde de la communication et ses professions. En démultipliant les sources d'information et les canaux de diffusions, Internet a brisé le rêve d'une transmission de haut en bas et transformé la communication en un art subtil d'influence et de propagation.

Communiquer, aujourd'hui, c'est avant tout comprendre les langages des communautés en ligne, les codes de leurs créativité, leur folklore, et les pratiques par lesquelles elles nourrissent et circulent leurs idées.

Quelles compétences ?

- Analyse de plateformes et des usages
- Méthodes qualitatives et ethnographiques
- Méthodes numériques
- Analyse de la participation citoyenne et construction des problèmes publics
- Création dans le métavers et dans le Web décentralisé
- Sémiotique du texte et analyse du discours
- Communication institutionnelle et gestion de l'e-réputation
- Rédaction d'articles scientifiques et de rapports de recherche

Pour quelles carrières ?

- Recherche en communication
- Analyse des médias
- Veille informationnelle
- Stratégies de médias
- Ethnographie du Web
- Médiation culturelle digitale
- Conception de contenus numériques
- Recherche expérience utilisateur-rices (UX)

Architecture du master

1. Cultures numériques

5 cours obligatoires et portant sur les cultures des médias et de la communication numériques

2. Méthodes : analyse et création

à choix parmi 18 cours dédiés à différents types de méthodologies : quantitatives, qualitatives, computationnelles ou spécifiquement centrées sur l'analyse de la communication.

3. Communication numérique: contenus et pratiques

pratiques de la communication en ligne et l'analyse des contenus des réseaux numériques.

4. Mémoire de recherche ou de stage

En deux mots ?

- Théories de sciences sociales du numérique
- Pratiques d'analyse de la communication en ligne
- Pédagogie active, par projet et en groupe
(donc... présence et participation sont essentielles)

Projet « Portfolio »

Cours concernés

- Subcultures Internet (T. Venturini)
- Méthodes Numériques (T. Venturini)
- Pratiques Visuelles Numériques (V. Crosset)
- Citoyenneté numérique (S. Salerno)
- Veille de réseaux sociaux et e-réputation (J.M. Seigneur)
- Storytelling (P. Amez Droz)

Quelques informations cruciales

de la part de votre Conseiller académique

Grilles des cours

Automne		lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	
	08h15 - 10h	CE - Plateformes, participation, pouvoir S. Salerno - salle M2160	Storytelling T410013 Ph. Amesz-Droz - salle M R040	CE - Analyse des discours numériques P. Amey - salle M R040 ----- EN ALTERNANCE AVEC ----- CE - Usages des réseaux numériques P. Amey - salle M R040			
	10h15 - 12h	Plateformes, participation, pouvoir T410284 S. Salerno - salle M2160	Usages des réseaux numériques T410090 P. Amey - salle PM 15 (Uni-Pavillon)	Analyse des discours numériques T410088 P. Amey - salle M R030			
	12h15 - 14h		Socio-anthropologie des cultures numériques T410285 C. Baileys & F. Ruz - salle M 2193		CE - Storytelling Ph. Amesz-Droz - salle M S040		
	14h15 - 16h	Economie des médias et écosystèmes numériques T410012 Ph. Amesz-Droz - salle M 2160	CE - Socio-anthropologie des cultures numériques C. Baileys & F. Ruz - salle M 1140	Séminaire de recherche 1 et 2 - T410024 C. Baileys, V. Crosset, P. Amey, F. Ruz - salle M 1193	Veille de réseaux sociaux et e-réputation T410289 J.-M. Seigneur - salle M S030	Humour et subversion en ligne T410015 M. Colella - salle M 1193	
	16h15 - 18h	Economie des médias et écosystèmes numériques T410012 Ph. Amesz-Droz - salle M 2160 <i>NB. Termine à 17h</i>		Séminaire de recherche 1 et 2 - T410024 C. Baileys, V. Crosset, P. Amey, F. Ruz - salle M 1193	CE - Veille de réseaux sociaux et e-réputation T410289 J.-M. Seigneur - salle M S030		

Printemps		lundi	mardi	mercredi	jeudi
	08h15 - 10h	Pratiques visuelles numériques T410019 V. Crosset - salle M 4050		Subcultures Internet T410004 T. Venturini - salle M 2130	
	10h15 - 12h	CE - Pratiques visuelles numériques T410019 V. Crosset - salle M 4050	Communication corporate T410095 Ph. Amesz-Droz - salle M 3220	Subcultures Internet - T410004 T. Venturini - salle M S030 ----- EN ALTERNANCE AVEC ----- CE - Communication corporate Ph. Amesz-Droz - salle M S030	Innovation, imaginaires et futurs numériques T410005 J.-M. Seigneur - salle SCI A50A
	12h15 - 14h	Construction des problèmes publics T410016 V. Crosset - salle M 2130	Citoyenneté numérique T410010 S. Salerno - salle M R070	CE - Citoyenneté numérique T410010 S. Salerno - salle M R160	Séminaire de recherche 1 et 2 T410024 C. Baileys, V. Crosset, P. Amey, F. Ruz - salle M R170
	14h15 - 16h	CE - Construction des problèmes publics T410016 V. Crosset - salle M 2130	Méthodes numériques T410006 T. Venturini - salle M 4220	Séminaire de recherche 1 et 2 - T410024 C. Baileys, V. Crosset, P. Amey, F. Ruz - salle M R150 ----- EN ALTERNANCE AVEC ----- Lien social médiatisé - T410011 C. Baileys, V. Crosset - salle M R150	CE - Innovation, imaginaires et futurs numériques J.-M. Seigneur - salle M 4290
	16h15 - 18h		Méthodes numériques - T410006 T. Venturini - salle M 4220	Séminaire de recherche 1 et 2 - T410024 C. Baileys, V. Crosset, P. Amey, F. Ruz - salle M R150 ----- EN ALTERNANCE AVEC ----- Lien social médiatisé - T410011 C. Baileys, V. Crosset - salle M R150	

Deux scénarios (à ne pas suivre à la lettre)

1ère année

Semestre automne

Cours	Bloc	Credits
1 Socio-anthropologie des cultures numériques	Cultures numériques (obligatoires)	6
2 Plateformes, participation, pouvoir	Cultures numériques (obligatoires)	6
3 Usages des réseaux numériques	Cultures numériques (obligatoires)	6
4 Séminaire de recherche 1 (SR1)	Mémoire (obligatoires)	0
5 Méthodes interdisciplinaires (à choix)		6

Semestre printemps

Cours	Bloc	Credits
1 Subcultures Internet	Cultures numériques (obligatoires)	6
2 Innovation, imaginaires et futurs numériques	Cultures numériques (obligatoires)	6
3 Séminaire de recherche 1 (SR1)	Mémoire (obligatoires)	3
4 Méthodes numériques	Méthodes com et num (à choix)	6
5 Construction problèmes publics OU Communication corporat	Communication numérique (à choix)	6

2ème année

Semestre automne

Cours	Bloc	Credits
1 Séminaire de recherche 2 (SR2)	Mémoire (obligatoires)	0
2 Humour et subversion OU Economie des médias	Communication numérique (à choix)	6
3 Storytelling OU Analyse des discours OU Veille et e-réputatio	Méthodes com et num (à choix)	6
4 Option libre		6
5 Méthodes interdisciplinaires (à choix)		6

Semestre printemps

Cours	Bloc	Credits
1 Séminaire de recherche 2 (SR2)	Mémoire (obligatoires)	3
2 Pratiques visuelles numériques	Méthodes com et num (à choix)	6
3 Citoyenneté numérique	Communication numérique (à choix)	6
4 Lien social médiatisé	Communication numérique (à choix)	6
5 Mémoire de maîtrise ou mémoire de stage	Mémoire (obligatoires)	24

1ère année

Semestre automne

Cours	Bloc	Credits
1 Socio-anthropologie des cultures numériques	Cultures numériques (obligatoires)	6
2 Plateformes, participation, pouvoir	Cultures numériques (obligatoires)	6
3 Storytelling OU Analyse des discours OU Veille et e-réputatio	Méthodes com et num (à choix)	6
4 Séminaire de recherche 1 (SR1)	Mémoire (obligatoires)	0
5 Méthodes interdisciplinaires (à choix)		6

Semestre printemps

Cours	Bloc	Credits
1 Subcultures Internet	Cultures numériques (obligatoires)	6
2 Innovation, imaginaires et futurs numériques	Cultures numériques (obligatoires)	6
3 Séminaire de recherche 1 (SR1)	Mémoire (obligatoires)	3
4 Méthodes numériques OU Pratiques visuelles numériques	Méthodes com et num (à choix)	6
5 Construction problèmes publics OU Communication corporat	Communication numérique (à choix)	6
6 Option libre		6

2ème année

Semestre automne

Cours	Bloc	Credits
1 Séminaire de recherche 2 (SR2)	Mémoire (obligatoires)	0
2 Economie des médias	Communication numérique (à choix)	6
3 Humour et subversion	Communication numérique (à choix)	6
4 Usages des réseaux numériques	Cultures numériques (obligatoires)	6
5 Storytelling OU Analyse des discours OU Veille et e-réputatio	Méthodes com et num (à choix)	6
6 Méthodes interdisciplinaires (à choix)		6

Semestre printemps

Cours	Bloc	Credits
1 Séminaire de recherche 2 (SR2)	Mémoire (obligatoires)	3
2 Citoyenneté numérique OU Lien social médiatisé	Communication numérique (à choix)	6
3 Mémoire de maîtrise ou mémoire de stage	Mémoire (obligatoires)	24

Panorama des enseignements

www.unige.ch/sciences-societe/medialab/enseignements/panorama-enseignements

BLOC 1: SOCIO-ANTHROPOLOGIE DES CULTURES NUMÉRIQUES (COURS OBLIGATOIRES)

Socio-anthropologie des cultures numériques

automne, 6 crédits

Enseignant : C. Bailley

Compétences : Capacité à percevoir la dimension sociale des cultures numériques.

Pratiques : Ateliers de conversation avec les algorithmes de TikTok et de YouTube.

Suivez ce cours pour ... découvrir les coulisses des usages des médias sociaux.

Description : Il s'agit de voir les flux TikTok ou YouTube, et de se diriger en et comment le réseau social. Partant des thèses de la sociologie de Berger et Luckman [1], des thèses de la sociologie médiologique et des travaux effectués sur les cultures numériques, nous proposons d'étudier le développement social à grande échelle de la connaissance entre des individus socialement situés et des plateformes de réseaux sociaux.

Plateformes, participation, pouvoir

automne, 6 crédits

Enseignant : S. Salerno

Compétences : Capacité d'analyser différents types de plateformes et de contextualiser des problèmes liés à la plateforme.

Pratiques : Analyser une plateforme, et présenter oralement un bref sujet en lien avec son contenu.

Suivez ce cours pour ... développer des ressources critiques pour analyser les plateformes, les changements qu'elles engendrent, et les enjeux de pouvoir liés.

Description : Après avoir repéré les concepts sociologiques à partir desquels les plateformes ont émergé, le cours présente les concepts fondamentaux de l'étude des plateformes et de la plateforme. L'aborde ensuite des thèmes actuels dans les débats actuels de nos sociétés en lien avec la plateforme: la surveillance, l'influence, les données, la technopouvoir.

Usages des réseaux numériques

automne, 6 crédits

Enseignant : P. Amey

Compétences : Capacité à comprendre et à prévoir les conduites et usages des internautes.

Pratiques : Être en mesure d'appréhender des cas studies et à rattacher des situations aux théories et concepts proposés.

Suivez ce cours pour ... comprendre comment les usages des réseaux sociaux obéissent à des logiques sociales (immersion, comparaison sociale, etc.) et à des contextes institutionnels (économiques).

Description : Ce cours vise à familiariser les étudiants avec les significations des usages des réseaux sociaux numériques. Discutant entre une sociologie de l'individu, qui explique le contexte d'usage de médias numériques et les approches psychologiques de l'individu et son rapport à son environnement, les relations de communication et de médias, le rôle joué par l'attention et la mémoire, la question de la socialisation informelle et de celle des situations d'influence et de (dé)marketing propres aux médias dans un contexte de réception de messages.

Subcultures Internet

printemps, 6 crédits

Enseignant : T. Venturini

Compétences : Comprendre les dynamiques de communication des communautés de l'internet.

Pratiques : Observer et décrire un phénomène de communication non-lineaire.

Suivez ce cours pour ... connaître les formes actuelles de la communication en ligne.

Description : Dans ce cours les étudiants apprennent à reconnaître et à interpréter l'individualité à des fins (économiques) d'une variété de données, aussi bien que les communications (participatives) propres au Web. Le cours introduit les différents avantages de ces méthodes, mais aussi leurs limites et contraintes. Il prévoit une partie importante de travaux pratiques sous la forme d'une série d'observations collectives avec les outils et les méthodes introduites dans le cours.

Innovation, imaginaires et futurs numériques

printemps, 6 crédits

Enseignant : J. M. Seigneur

Compétences : Connaître les bases de la communication digitale nouvelle (du Web 1.0 au Web décentralisé, de l'humain augmenté au métaavers, ...)

Pratiques : Savoir créer des NFT et contenus 2D /3D avec Web3 et intelligence artificielle pour communiquer sur les métaavers.

Suivez ce cours pour ... découvrir comment communiquer sur le Web3 et dans le métaavers.

Description : Dans ce cours les étudiants apprendront à identifier et à cultiver numériques et pleinement comme les opportunités ou les transformations, avec des flux profonds, dans et par les plateformes numériques, les métaavers, les univers virtuels, les cultures numériques et événementielles (Digital Arts/ Web décentralisé, cryptomonnaies, blockchain, NFT, réalité virtuelle et augmentée, humanisme numérique, intelligence artificielle, ...)

BLOC 2: MÉMOIRE DE RECHERCHE OU DE STAGÉ (COURS OBLIGATOIRES)

Séminaire de recherche (SR)

automne, 6 crédits

Enseignants : C. Bailley, P. Amey, F. Ruz, S. Salerno, V. Croiset

Compétences : Capacité à recueillir des données empiriques, à les analyser et à les interpréter. Capacité à rédiger un article académique.

Pratiques : Ateliers et exercices pratiques d'expérimentation de la méthodologie d'enquête et du traitement des données, ateliers d'écriture et de préparation de la soutenance de stage.

Suivez ce cours pour ... approfondir vos compétences en recherche et en rédaction académique.

Description : Au cours de ce séminaire, nous explorons des aspects pratiques de la confrontation au terrain, la collecte de données, l'analyse et le travail d'écriture. A savoir ses principes, ses étapes, les outils à mobiliser, les outils à éviter ainsi que les règles éthiques à respecter.

Séminaire de recherche (SR)

automne, 6 crédits

Enseignants : C. Bailley, P. Amey, F. Ruz, S. Salerno, V. Croiset

Compétences : Capacité à recueillir des données empiriques, à les analyser et à les interpréter. Capacité à rédiger un article académique.

Pratiques : Ateliers et exercices pratiques d'expérimentation de la méthodologie d'enquête et du traitement des données, ateliers d'écriture et de préparation de la soutenance de stage.

Suivez ce cours pour ... approfondir vos compétences en recherche et en rédaction académique.

Description : Au cours de ce séminaire, nous explorons des aspects pratiques de la confrontation au terrain, la collecte de données, l'analyse et le travail d'écriture. A savoir ses principes, ses étapes, les outils à mobiliser, les outils à éviter ainsi que les règles éthiques à respecter.

BLOC 3: MÉTHODES : ANALYSE ET CRÉATION (18 CRÉDITS À CHOIX)

Pratiques visuelles numériques

printemps, 6 crédits

Enseignant : V. Croiset

Compétences : Comprendre la production et la circulation des images numériques.

Pratiques : Acquies une expérience pratique dans la production de contenus audiovisuels à destination d'une plateforme numérique.

Suivez ce cours pour ... acquies une expérience dans la production et la réalisation d'un contenu audiovisuel à destination d'une plateforme numérique.

Description : Ce cours vise à familiariser les étudiants avec les principes, enjeux, défis et pratiques contemporaines des images numériques. Il introduit un double principe de collecte et d'analyse des images numériques. Les savoirs du cours sont appliqués à des données numériques, des images numériques. Les étudiants sont encouragés à réaliser un contenu audiovisuel à destination d'une plateforme numérique afin de développer des savoir-faire et d'entretenir la création et la circulation de formats visuels de culture numérique.

Méthodes numériques (automne, 6 printemps)

automne, 6 crédits

Enseignant : J. Venturini

Compétences : Connaître les techniques d'enquête non-conventionnelles ouvertes par le numérique.

Pratiques : Recueillir, nettoyer, analyser et visualiser de données numériques.

Suivez ce cours pour ... découvrir une variété de méthodes d'investigation innovantes.

Description : Dans ce cours les étudiants s'intéressent aux dynamiques culturelles se développant aux marges de grands plateformes de l'internet contemporain, et notamment ceux qui apparaissent comme les plus bizarres et spectaculaires à la culture d'internet. Le cours prévoit une partie importante de travaux pratiques, sous la forme d'une enquête collective sur un phénomène subculturel choisi par les étudiants.

Veille de réseaux sociaux et e-réputation

automne, 6 crédits

Enseignant : J. M. Seigneur

Compétences : Apprendre à réaliser un audit d'e-réputation et mettre en place une veille sur un sujet donné comme c'est réalisé dans le service gestion d'e-réputation d'Alc, ainsi que la communication digitale.

Pratiques : Utilisation des meilleurs outils pour veiller sur la réputation en ligne d'une entité, des réseaux sociaux au référencement SEO (Google Webmaster Tools, Bing Webmaster Tools, ...)

Suivez ce cours pour ... savoir réaliser un audit d'e-réputation et améliorer le référencement sur le Web.

Description : Dans ce cours les étudiants apprennent les techniques et méthodes de veille numérique (des réseaux sociaux au référencement SEO sur les moteurs de recherche) et se concentrent en particulier sur l'audit de la réputation en ligne et la construction de contenus avec ses outils.

Analyse des discours numériques

automne, 6 crédits

Enseignant : P. Amey

Compétences : Aptitudes à décrire, repérer mais aussi exploiter par soi-même les stratégies discursives et langagières des producteurs de contenu sur le Net et les plateformes numériques.

Pratiques : Exercices de composition et analyse (via des indicateurs) de divers verbatim de discours issus de web et de interactions sur les réseaux sociaux numériques.

Suivez ce cours pour ... saisir les enjeux des actes de communication, maîtriser la production et les modes de négociation de situations d'interactions hétérogènes.

Description : Ce cours examine les enjeux et régularités compositionnelles propres à tout discours, ou au processus de phrasé des méthodes d'analyse des discours (linguistique, sémiotique, sociologie, psychologie) et de repérer des mutations langagières pertinentes. Les questions suivantes seront discutées : quelles adresses et pour quelle raison sont engagées en situation d'interaction ? Quels regards de places et stratégies (de contextualisation, de légitimation entre autres) sont co-construits par les locuteurs en situation d'échange ? Quel est ce qui régit de parole ? Quelles sont enfin les caractéristiques des formats de parole (dialogue, communication, dialogue, web) travaillant l'usage public numérique contemporain ?

Storytelling

automne, 6 crédits

Enseignant : P. Amey Droz

Compétences : Rédaction au format ST, analyse des contenus, du discours, conception d'un synopsis et d'une vidéo ST.

Pratiques : Trois TD dont deux individuels et un en groupe en contrôle continu.

Suivez ce cours pour ... comprendre le rôle des émotions dans le fonctionnement du marketing digital et en maîtriser les codes.

Description : Découvrir des principes modèles et techniques du format ST. Partage d'expériences (des contenus vidéos réalisés par de précédents élèves). Expérimentation individuelle et en groupe.

Pratique de la communication et recherche appliquée

automne, 6 crédits

Enseignants : P. Amey Droz, K. Kellier

Compétences : Méthodologie de préparation de l'enquête de terrain.

Pratiques : Préparation de cas pratiques, interviews et ateliers avec conférenciers invités. Participation en groupe à un travail pratique à définir.

Suivez ce cours pour ... expérience pratique de recherche, découvrir et expérimentation d'outils numériques, travail de groupe et réseautage.

Description : Introduction aux pratiques de la recherche appliquée au terrain, initiation et participation de chercheurs confirmés dans le segment digital.

BLOC 4: COMMUNICATION NUMÉRIQUE: CONTENUS ET PRATIQUES (24 CRÉDITS À CHOIX)

Humour et subversion en ligne

automne, 6 crédits

Enseignant : M. Colella

Compétences : Découvrir une méthode de recherche qualitative originale en sciences sociales et comprendre la place de l'humour dans les échanges en ligne.

Pratiques : Faire une ethnographie en ligne d'une page à contenus humoristiques et mener un entretien semi-directif sur téléphone.

Suivez ce cours pour ... découvrir les coulisses des usages des médias sociaux.

Description : Ce cours porte sur différentes tentatives de l'humour en ligne et plus largement du rire dans les relations interpersonnelles notamment par le partage de memes, texts et autres contenus à caractère humoristique. Ces pratiques ont vu la fois évoluer en ligne et contextualiser les réseaux sociaux comme plateforme et l'AI visionner quotidiennement des contenus vidéos qu'ils partagent parfois publiquement ou en privé. Ils commentent, ignorent ou réagissent. Nous cherchons à comprendre comment évoluer ces pratiques devant questions et à plus qu'ils ont dans les relations sociales. Nous verrons également que certains contenus humoristiques permettent de rendre visibles des réalités parfois marginales mais aussi de renforcer un sentiment d'appartenance et de distinction dans différents groupes sociaux.

Economie des médias et écosystèmes numériques

automne, 6 crédits

Enseignant : P. Amey Droz

Compétences : Acquisition des bases théoriques pour saisir les mutations et enjeux des mutations numériques sur les modèles d'affaires.

Pratiques : Réalisation d'un TI foule portant sur l'écosystème d'un média, groupe ou organisation numérique et les outils d'acquisition d'audiences.

Suivez ce cours pour ... maîtriser le langage de l'économie des médias, qui permet de comprendre les enjeux stratégiques, inclus ceux liés à l'IA.

Description : Partie théorique avec les principaux modèles, la logique traine et autres concepts fondamentaux. Une présentation de best practices en matière d'analyse d'un écosystème numérique.

Le lien social médiatisé

printemps, 6 crédits

Enseignants : C. Bailley, M. Colella

Compétences : Capacité à décrire les écosystèmes relationnels numériques, classer et analyser des usages numériques en fonction des plateformes et des liens interpersonnels.

Pratiques : Exercices de mise en pratique réflexive autour des usages des applications de réseaux sociaux.

Suivez ce cours pour ... découvrir comment le lien social est traversé et transformé par la médiation numérique.

Description : Ce cours propose d'explorer les multiples modalités par lesquelles le numérique transforme le lien social. Les relations interpersonnelles s'inventent aujourd'hui dans un continuum d'usage entre espaces numériques et espaces médiatisés. Les usages d'applications telles que WhatsApp ou Snapchat travaillent sur des modalités de médiation du lien social et sur des normes sociales qui les guident. Ce cours adopte un cadre participatif et réflexif, dans lequel chaque étudiant a une invitation à questionner ses usages au sein de son propre groupe relationnel (de manière anonyme).

Communication corporate

automne, 6 crédits

Enseignant : P. Amey Droz

Compétences : Bases de la théorie de la Com institutionnelle (notoriété, image, réputation) et évolution à l'ère du Re-Branding des marques, de la RSE et de la com responsable et durable.

Pratiques : Plan de com selon les méthodes agencier et en intégral. Règles et principes fondamentaux appliqués sous forme de tableaux et de synthèses à rédiger.

Suivez ce cours pour ... acquies des compétences conceptuelles sur des thématiques de la com marketing digital selon des valeurs et principes éthiques de haut niveau.

Description : Théories fondamentales, Best Practices. Analyse et traitement de cas de niveau professionnel. Traitement de cas.

Citoyenneté numérique

printemps, 6 crédits

Enseignant : S. Salerno

Compétences : Capacité d'analyser des thèmes actuels de la citoyenneté numérique, et réaliser une vidéo pour un organisme des Nations Unies.

Pratiques : Exercices de mise en pratique réflexive autour des usages des applications de réseaux sociaux.

Suivez ce cours pour ... acquies des compétences conceptuelles sur des thématiques de la citoyenneté numérique et une expérience pratiques dans la communication pour un organisme des Nations Unies.

Description : Ce cours vise à sensibiliser une réflexion critique sur des thèmes de la citoyenneté numérique : la santé sur les plateformes, les biais algorithmiques, l'authenticité du hashtag, la justice des données. Aussi, la création de vidéos en collaboration avec le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme permet de développer des compétences pratiques dans la production des droits de l'homme.

Construction des problèmes publics

printemps, 6 crédits

Enseignants : V. Croiset

Compétences : Comprendre les étapes de construction d'un problème public.

Pratiques : Décrire et analyser la construction d'un problème public en lien avec le numérique.

Suivez ce cours pour ... reconnaître les principaux acteurs sociaux, facteurs politiques et vecteurs moraux agissant dans la construction des problèmes publics et les liens entre le numérique.

Description : Dans ce cours, les étudiants en apprendront comment un problème émerge comment il devient un objet de préoccupation pour les médias, l'opinion publique, les acteurs politiques, et sous quelles conditions il donne lieu à des plateformes publiques. Durant ce cours, les étudiants en apprendront en engageant un tour de la construction d'un problème public et sa résolution.

Marie-Alice Scherrer

Marie-Alice.Scherrer@unige.ch

Secrétariat Medialab

Tél. +41 22 379 98 84

Bureau 4231

Secrétariat ouvert :

- mardi
- mercredi matin
- jeudi après-midi
- vendredi matin



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Claire Balleys



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Socio-anthropologie des cultures numériques

Compétences

Capacité à percevoir la dimension sociale des cultures numériques

Pratiques

Ateliers de conversation avec les algorithmes de TikTok et de YouTube

Suivez ce cours pour...

...découvrir les coulisses des usages des médias sociaux

Le lien social médiatisé

Compétences

Capacité à designer les écosystèmes relationnels numériques, classer et analyser des usages numériques en fonction des plateformes et des liens interpersonnels

Pratiques

4 exercices de mise en pratique réflexive autour des usages des applications de réseaux sociaux

Suivez ce cours pour...

...découvrir comment le lien social est traversé et transformé par la médiation numérique

Valentine Crosset



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Pratiques visuelles numériques

Compétences

Comprendre la production et la circulation des images numériques

Pratiques

Acquérir une expérience pratique dans la production de contenus audiovisuels à destination d'une plateforme numérique

Suivez ce cours pour...

... acquérir une expérience dans la production et la réalisation d'un contenu audiovisuel à destination d'une plateforme numérique



Construction des problèmes publics

Compétences

Comprendre les étapes de construction d'un problème public

Pratiques

Décrire et analyser la construction d'un problème public en lien avec le numérique

Suivez ce cours pour...

... apprendre à reconnaître les principaux acteurs sociaux, facteurs politiques et vecteurs moraux agissant dans la construction des problèmes publics en lien avec le numérique

Marianna Colella



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Humour et subversion en ligne

Compétences

Découvrir une méthode de recherche qualitative originale en sciences sociales et comprendre la place de l'humour dans les échanges en ligne

Pratiques

Faire une ethnographie en ligne d'une page à contenus humoristiques et mener un entretien semi-directif sur téléphone

Suivez ce cours pour...

Etudier de façon micro les interactions en ligne et les situer hors-ligne

Le vendredi en salle M5193

27 septembre | 4 octobre | 18 octobre | 1 novembre | 29 novembre | 13 décembre

Fabian Ruz



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Séminaire de recherche 1 (SR1)

Compétences

Capacité à entamer une recherche en sciences de la communication et cultures numériques

Pratiques

Ateliers et exercices pratiques autour des étapes d'élaboration d'une enquête

Suivez ce cours pour...

... apprendre à construire une problématique de recherche en vue du travail de mémoire

Séminaire de recherche 2 (SR2)

Compétences

Capacité à récolter des données empiriques, à les analyser et à les interpréter. Capacité à rédiger un article académique

Pratiques

Ateliers et exercices pratiques d'expérimentation de la méthodologie d'enquête et du traitement des données, ateliers d'écriture et de préparation de la soutenance

Suivez ce cours pour...

... approfondir vos compétences en recherche et en rédaction académique



Sébastien Salerno



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Plateformes, participation, pouvoir

Compétences

Capacité d'analyser différents types de plateformes et de contextualiser des problèmes liés à la plateforme

Pratiques

Analyser une plateforme, et présenter oralement un bref sujet en lien avec les plateformes et, ou leurs contenus

Suivez ce cours pour...

... développer des ressources critiques pour analyser les plateformes, les changements qu'elles engendrent, et les enjeux de pouvoir liés

Citoyenneté numérique

Compétences

Capacité d'analyser des thèmes actuels de la citoyenneté numérique, et réaliser une vidéo pour un organisme des Nations Unies

Pratiques

Création de vidéos en collaboration avec le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme

Suivez ce cours pour...

... acquérir des compétences conceptuelles sur des thèmes de la citoyenneté numérique et une expérience pratique dans la communication pour un organisme des Nations Unies

Patrick Amey



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Usages des réseaux numériques

Compétences

Capacité à comprendre et à prévoir les conduites et usages des internautes

Pratiques

Être en mesure d'appliquer des case studies et à rattacher des situations aux théories et concepts proposés

Suivez ce cours pour...

... comprendre comment les usagers des réseaux-sociaux obéissent à des logiques sociales (mimétisme, comparaison sociale, etc.) et à des conduites individuelles (heuristiques)



Analyse des discours numériques

Compétences

Aptitudes à décrire, repérer mais aussi exploiter par soi-même les stratégies discursives et langagières des producteurs de contenu sur le Net et les réseaux socio-numériques notamment

Pratiques

Exercices de composition et analyse (via des indicateurs) de divers verbatim de discours issus du web et des interactions sur les réseaux socio-numériques

Suivez ce cours pour...

... saisir les enjeux des actes de communication, maîtriser la production et les modes de négociation de situations d'interactions hétérogènes



Jean-Marc Seigneur



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

Innovation, imaginaires et futurs numériques

Compétences

Connaître les bases de la communication digitale innovante (du Web 1.0 au Web3 décentralisé, de l'humain augmenté au métavers...)

Pratiques

Savoir créer des NFT et contenus 2D / 3D avec Web3 et intelligence artificielle pour communiquer sur le métavers

Suivez ce cours pour...

... découvrir comment communiquer sur le Web3 et dans le métavers

Veille de réseaux sociaux et e-réputation

Compétences

Savoir réaliser un audit d'e-réputation et mettre en place une veille sur un sujet donné comme c'est réalisé dans le service gestion d'e-réputation d'une agence de communication digitale

Pratiques

Utilisation des meilleurs outils pour veiller sur la réputation en ligne d'un'entités, des réseaux sociaux au référencement SEO (Google Webmaster Tools, Google Data Studio...)

Suivez ce cours pour...

... savoir réaliser un audit d'e-réputation et améliorer le référencement sur le Web

Philippe Amez Droz



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Storytelling

Compétences

Rédaction au format storytelling, analyse des contenus, du discours, conception d'un synopsis et d'une vidéo storytelling

Pratiques

Trois TE dont deux individuels et un en groupe en contrôle continu

Suivez ce cours pour...

Comprendre le rôle des émotions dans le fonctionnement du marketing digital et en maîtriser les codes

Economie des médias et écosystèmes numériques

Compétences

Acquisition des bases théoriques pour saisir les mutations et enjeux des mutations numériques sur les modèles d'affaires

Pratiques

Réalisation d'un TE fouillé portant sur l'écosystème d'un média, groupe ou organisation numérique et les outils d'acquisition d'audiences

Suivez ce cours pour...

Maîtriser le b.a.ba de l'économie des médias qui permet de comprendre les enjeux stratégiques, inclus ceux liés à l'I.A



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

Communication corporate

Compétences

Bases de la théorie de la Com institutionnelle (notoriété, image, réputation) et évolution à l'ère du re-branding des marques, de la RSE et de la com responsable et durable

Pratiques

Plan de com selon les méthodes agence et en intégré. Règles et principes fondamentaux appliqués sous forme de tableau et de synthèses à rédiger

Suivez ce cours pour...

... acquérir des bases pour intégrer les milieux professionnels des RP, du marketing digital selon des valeurs et principes éthiques de haut niveau

Tommaso Venturini



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

Subcultures de l'Internet

Compétences

Comprendre les dynamiques de communication des communautés de l'Internet

Pratiques

Observer et décrire un phénomène de communication non-mainstream

Suivez ce cours pour...

connaître les formes natives de la communication en ligne

Méthodes numériques

Compétences

Connaître les techniques d'enquête non-conventionnelles ouvertes par le numérique

Pratiques

Recueillir, nettoyer, analyser et visualiser de données numériques

Suivez ce cours pour...

découvrir une variété de méthodes d'investigation innovantes

Rejoignez-nous et participez sur

[www.linkedin.com/
company/medialab-geneva](https://www.linkedin.com/company/medialab-geneva)



étudiant.e.s



laboratoire

[www.instagram.com/
medialab_geneva/](https://www.instagram.com/medialab_geneva/)



UNIVERSITÉ
DE GENÈVE

**un.e nouveau/lle
représentant.e des étudiant.e.s**



**UNIVERSITÉ
DE GENÈVE**

Verre convivial au 4e étage

