

Lectures pour approfondir la réflexion

Des Écrits des Écrans : pour une éducation aux images et aux médias

Auteur(s): Conception et réalisation : Roland Cros, document pédagogique : Philippe Lelong, René Paulin, Philippe Watrelot. CNDP, 2009 / Paris : CLEMI, 2009

Ce double DVD permet d'explorer les multiples enjeux liés à l'information et de s'initier aux spécificités des langages des médias. Exemples concrets, thématiques et documents ressources pédagogiques.

Les médias entre éducation et communication.

Porcher, Louis. INA, 2006.

En s'appuyant sur Bourdieu, Sartre, MacLuhan, Bachelard, Bakhtine, l'auteur se donne pour objectif de définir les fondements épistémologiques d'un savoir opératoire sur les médias et la communication, étape indispensable avant de redéfinir les contenus d'une éducation aux médias et de renouveler les démarches pédagogiques.

50 fiches pour comprendre les médias

Jost, François. , Bréal, 2009. –50 fiches,

Face à la complexification du paysage médiatique (presse, radio, cinéma, télévision, Internet), il s'agit de faire appel à l'histoire, aux sciences de l'information et de la communication, au droit, à l'économie, à la sémiologie et à la sociologie.

L'école et les médias

Barthélémy, Fabrice. , L'Harmattan, 2004. –Cent mots pour,

La mal info : enquête sur les consommateurs de médias.

Muzet, Denis. Edition de l'Aube, 2006.

L'auteur étudie le déficit d'information provoqué par l'information en continu, qui ne renseigne que sur les faits sans fournir des clés d'analyse des phénomènes constatés. Propose des pistes de réflexion pour permettre à chacun de comprendre l'information, cette démarche étant considérée par l'auteur comme une nécessaire hygiène démocratique.

Maîtres du faire croire : de la propagande à l'influence

Huyghe, François-Bernard. , INA, 2008. –Comprendre les médias,

Présentation des stratégies d'influence à travers une histoire de la persuasion, de la propagande au XXe siècle, et une description des techniques actuelles d'intelligence économique, de stratégie internationale ou de guerre médiatique

Les journalistes et leur public : le grand malentendu

Jean-Marie Charon Paris, Coédition Vuibert/ Clemi/INA, coll. « Comprendre les médias, 2007. 256p.

Les deux dernières décennies ont vu se développer une critique chronique de l'information délivrée par les médias. Crises internationales, consultations électorales, faits divers sont l'objet de la mise en cause du travail des rédactions. Le baromètre sur la « confiance des Français » rappelle chaque année l'ampleur du doute à l'égard de la production des journalistes. La liste des griefs est assez bien identifiée ainsi que les solutions avancées par autant d'instances émanant de la société civile.

Journalistes et médias n'ignorent pas cette interpellation. Les initiatives se sont multipliées visant à fournir les repères nécessaires aux journalistes. Il n'en reste pas moins qu'un malentendu s'est installé quant aux objectifs à atteindre : « zéro défaut » pour les uns, la « meilleure information possible » pour les autres. Autant de divergences concernent les mesures d'urgence : chartes, médiation, autorité, conseils de presse, etc. L'enjeu est celui d'un ressourcement constant de la responsabilité des journalistes qui doit s'alimenter d'un débat public permanent sur la production de l'information.

Les jeunes et les médias : les raisons d'un succès

Sous la direction de Laurence Corroy ; Paris, coédition Vuibert/CLEMI/INA, coll. "Comprendre les médias", 2008.

Les jeunes se révèlent être d'importants consommateurs de médias. Pour autant, le succès n'est pas automatique. En quoi, en effet, certains types de programmes, certains supports médiatiques répondent davantage que d'autres aux attentes du jeune public ?

*Des médias "traditionnels" aux médias les plus innovants, cet ouvrage se propose d'analyser quelques beaux succès médiatiques qui mettent en lumière des facteurs qui favorisent l'engouement des plus jeunes. De la série télévisée *Plus belle la vie* aux magazines pour jeunes filles, des émissions de radio de libre antenne aux blogs des ados, une dizaine de chercheurs tentent d'apporter des pistes de réflexion à tous ceux qui s'intéressent aux adolescents et à leurs pratiques des médias.*

Internet bouleverse le paysage médiatique

L'opinion numérique : Internet, un nouvel esprit public.

Lepage, Agathe. Dalloz, 2006.

Réflexions sur les aspects économiques, juridiques et éthiques du déferlement d'informations et d'opinions sur Internet (blogs...) : la qualité de ces informations, leur apport pour la démocratie, l'organisation de leur régulation.

Médias et sociétés : édition, presse, cinéma, radio, télévision, Internet

Balle, Francis. , Montchrestien, 2009. –Domat politique

Panorama de l'histoire et de l'évolution des différents médias et des règles juridiques qui les régissent. Analyse leur place, leur rôle et leur influence dans la société contemporaine.

La fin des journaux et l'avenir de l'information

Poulet, Bernard. , Gallimard, 2009. –Le Débat,

Décryptage de la révolution en cours des médias, aux Etats-Unis, en Europe et en France, au profit de l'industrie numérique de l'information et au détriment de la version imprimée dénigrée par le public et les annonceurs publicitaires. La révolution numérique génèrerait une baisse de l'intérêt de la société pour l'information.

Nouveaux médias, nouveaux contenus

Delavaud, Gilles. , Apogée, 2009. –Médias et nouvelles technologies,

Etudes sur les mutations récentes des médias "historiques" (cinéma, télévision, radio, photographie, téléphonie...) comme des médias émergents (Internet, écrans mobiles, cinéma interactif) et du renouvellement des pratiques de consommation et de création qui leur sont liées. Ces transformations sont éclairées à partir de la question générale des contenus.

Comprendre la télévision et ses programmes

Jost, François. , Armand Colin, 2009. –128,

Un ouvrage qui se propose d'analyser les logiques qui régulent le média télévisuel, au-delà des critiques qu'il suscite. Analyse des idées reçues sur la télévision, de son évolution et de ses mutations. Complexité du lien téléspectateur/ télévision, rôle-clé de la notion de « programme ». Analyse des nouvelles conceptions de l'organisation des programmes télévisuels, depuis l'apparition de la TNT et la fin de la publicité sur les chaînes publiques.

L'information télévisée, mutations professionnelles et enjeux citoyens

Guy Lochard ; Paris, Coédition Vuibert/Cleml/INA, coll. "Comprendre les médias", 2005.

L'information télévisée occupe une place centrale dans les sociétés contemporaines. Elle constitue en conséquence un enjeu décisif de formation intellectuelle et d'éducation citoyenne. Comment appréhender le fonctionnement professionnel de ce support informatif qui obéit à des lois spécifiques? Comment analyser les mutations des genres, des discours et des dispositifs qui donnent corps à cette activité médiatique? Comment, en échappant aux procès réducteurs, apprécier les attitudes des journalistes de télévision et entreprendre avec eux un dialogue constructif pour maintenir une conception citoyenne de l'information? C'est à cet ensemble de questions que se propose de répondre cet ouvrage. Il contribue ainsi à porter un regard critique sur un support d'information dont il met à jour les rouages et les enjeux politiques, sociaux et culturels.