Conception projet vidéo

Infos pratiques

- **ECTS** : 4.5
- **Nombre d'heures** : 36.0
- **Période de l'année** : Enseignement cinquième semestre
- **Méthodes d'enseignement** : En présence
- **Forme d'enseignement** : Cours magistral et Travaux dirigés
- **Composante** : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Présentation

Il s'agit pour les étudiants de proposer, de concevoir un projet cohérent de contenus audio et audiovisuels à vocation informationnelle et de le réaliser, en groupe. La destination de ces contenus pourra être la communication institutionnelle, associative, commerciale etc.

Il s'agira dans ce cours comprendre les contraintes et les ressources de la mobilité dans la création et la réception des contenus audiovisuels à vocation informationnelle. En appréhendant les concepts de lieux, non-lieux, de pré-occupation et d'hybridation des pratiques culturelles et/ou médiatiques ; écoute musicale ou radiophonique, lecture, visionnage audiovisuel, mais aussi de pratiques communicationnelles (téléphone, envoi de message, réseaux socio-numériques). Le visionnage critique « d'archives », mis en perspective avec les applications récentes, permettra aux étudiant(e)s d'approfondir leur culture de l'image, de réfléchir aux formes et aux genres, des formats classiques aux nouvelles écritures, de se situer face aux transformations du métier et aux besoins du marché (applications mobiles, podcasts, journalisme mobile etc.)

Objectifs

Ce cours est construit d'une part sur la modalité active de la réponse aux appels à projets, d'autre part sur les apprentissages des fondamentaux techniques du tournage et du montage de contenus audiovisuels et / ou audio, des méthodes de conception des contenus audiovisuels à vocation informationnelle de type reportage et documentaire. L'objectif est donc de concevoir et réaliser un reportage ou documentaire audiovisuel (Vidéo et Audio) et d'en défendre le projet de manière professionnelle.

Évaluation

M3C en sessions Intégral

REGIME STANDARD *Session 1* CC 100%

- Contrôle Continu : 2 notes au moins dont au moins un travail en temps limité. Évaluation de la participation.

REGIME DEROGATOIRE : NON

SESSION 2 (*dite de 2nd Chance*) : NON

Compétences visées

- Cerner les phénomènes et les dispositifs communicationnels et leur agencement, ainsi que les processus de médiation et de médiatisation, pour concevoir des dispositifs et des environnements informationnels et communicationnels.
- Cerner l'information, son contenu et ses systèmes sous l'angle des représentations, des significations ou des pratiques associées, pour analyser ou concevoir des dispositifs d'information et de communication.
- Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés pour concevoir et réaliser des dispositifs d'information
- Disposer d'une expérience personnelle d'analyse et/ou de production de dispositifs et de contenus audiovisuels informationnels.

Bibliographie

CARON A.-H. et L. CARONIA, (2005). Culture Mobile, Les nouvelles Pratiques de communication, Paramètres, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal

DE CERTEAU M., L'invention du quotidien, 1/Arts de faire, chap. Pratiques d'espace, 10/18

MERCIER, PIGNARD CHEYNEL, « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 5 | 2014,

MONTULET B. (2005), « Au-delà de la mobilité : des formes de mobilité ». in Cahiers Internationaux de Sociologie, « Mobilité et modernité », Paris : Presses Universitaires de France, pp. 137-159

PECQUEUX A. (2008), « Les Cultures visuelles des auditeurs-baladeurs », in Lieux communs, n°1, pp. 42-57

PIGNARD-CHEYNEL, VAN DIEVOET, Journalisme mobile, Usages informationnels, stratégies éditoriales et pratiques journalistiques, DE Boeck Superieur, 2019