

Culture numérique

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +1
- > Période de l'année : Enseignement second semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L2IC01P

Présentation

Ce cours propose d'examiner notre paysage numérique usuel, les évolutions qui ont amené à son état actuel, et ses intrications bien concrètes avec le reste du monde. Il abordera les grandes questions sociétales qui surgissent ou réapparaissent suite au déploiement des outils numériques dans les domaines du travail, de la sociabilité, de la création, de l'information, de la démocratie, etc. À travers une sociologie du numérique, il mettra en lumière les tensions sans cesse renouvelées entre les usagers, les grandes plateformes et les acteurs étatiques. Les étudiant·es se pencheront notamment sur les problématiques récentes de fausses informations, de digital labor, d'algorithmes de recommandation, de surveillance, etc.

Objectifs

- connaître les grandes plateformes numériques actuelles, leurs relations et leur histoire
- maîtriser un ensemble de concepts sociologiques et leur application à l'étude du numérique
- identifier les enjeux économiques, politiques et société derrière une problématique donnée

- développer une attention suivie pour les évolutions du domaine numérique
- porter un regard critique sur son propre usage des outils numériques

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral - avec évaluation continue
- * Au moins un travail en temps limité. Au moins un travail à la maison. Évaluation de la participation en cours.

Pré-requis nécessaires

Aucun.

Compétences visées

- Mobiliser les concepts relatifs à l'information et à la communication, à leurs relations et aux différentes approches qui s'y rapportent, pour appréhender les phénomènes d'information et de communication
- Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels de l'information et de la communication, les pratiques professionnelles (notamment celles des journalistes), les médias de communication et les industries culturelles et de médiation, pour situer les dispositifs d'information et de communication dans leur environnement politique, économique et social.
- Développer une argumentation avec esprit critique.

Bibliographie

- Badouard, R. (2017). Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande. FYP éditions.
- Beuscart, J. S., Dagiral, É., & Parasio, S. (2016). *Sociologie d'internet*. Armand Colin.
- Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2017). Culture participative. *Caen, C&F éditions*.

Contact(s)

> Antonin Segault

Responsable pédagogique
asegault@parisnanterre.fr