

## **Six approches du message médiatique**

### **Langages**

*Identification et analyse des éléments qui constituent les messages médiatiques*

Choix d'un plan, d'un angle de prise de vue, d'un point de vue, d'un éclairage, d'un mouvement de caméra, d'une composition, d'un montage, d'une bande sonore,...

Analyse de la mise en page d'un journal, de la présentation d'un site internet: titraille, police de caractères, couleurs,...

Analyse des rapports image/légende, image/musique

Analyse des nouveaux moyens de communication (SMS, chat, forum) sur le vocabulaire, la syntaxe, les niveaux de langue

...

### **Technologies**

*Prise de conscience des limites et des contraintes d'un choix technique, de son incidence sur les contenus et leur traitement sur la perception et la compréhension du message médiatique*

Décrire l'évolution des supports médiatiques (de la peinture rupestre à l'image virtuelle)

Percevoir les intérêts et inconvénients d'une production artisanale par rapport à une production professionnelle

Évaluer l'incidence d'un choix technique (objectif, micro, caméra, effet spécial...) sur la perception de la réalité par le public

...

*Compréhension des grandes technologies médiatiques*

Comprendre les étapes de diffusion avec leurs contraintes techniques

Vitesse de transmission des données liée à la compression de ces dernières

...

### **Représentations**

*Prise de conscience de la non-transparence des médias*

*Saisir que les représentations produisent des effets sur les connaissances, les opinions et les émotions*

Analyse des représentations psycho-sociales véhiculées par les médias

Identification des stéréotypes (sexuels, raciaux,...) présents dans les médias

Comprendre qu'un document audiovisuel est forcément différent des personnes, lieux et événements qu'il représente; comprendre que ces différences vont varier selon un ensemble de facteurs tels que les intentions du producteur, le média et le genre choisis, la technologie disponible, le public cible

Analyse comparative de documents médiatiques (presse écrite et audiovisuelle, production documentaire ou fictionnelle,...) se référant à un même thème

...

## **Typologies**

*Comprendre que les documents médiatiques peuvent être classés en différentes catégories suivant leur contenu ou leur genre ; prendre conscience du caractère relatif de toute classification*

Apprentissage des distinctions entre un message informatif, narratif, persuasif, promotionnel,...

Identifier la perméabilité entre catégories, la naissance de genres hybrides (télé-réalité, docufiction, publi-reportage,...)

Analyser une émission avec mélange d'acteurs et de témoins réels, rechercher les raisons de cet amalgame

Image «réelle» / image virtuelle

Typologie de l'image ⇒ inciter, émouvoir, témoigner, informer, divertir

...

## **Publics**

*Comprendre comment on donne du sens à un document médiatique  
Se percevoir en tant que public-cible*

Confronter son point de vue et sa façon de ressentir à ceux d'autres récepteurs

Prendre conscience de son rapport aux médias (quels journaux, quels périodiques, quels films, quelles émissions télévisées, quels sites,...)

Analyser son positionnement par rapport à des thématiques comme la violence dans les médias, le filtrage des sites Internet, la presse à sensation,...

Identifier les actions à mettre en œuvre par les récepteurs pour développer leur autonomie, leur citoyenneté (par exemple écrire à un diffuseur)

...

## **Producteurs**

*Connaître le monde de la production médiatique: qui intervient dans la production du message, quels sont les détenteurs des médias ?*

Prendre conscience que tout média est lié à un contexte économique, juridique, politique, idéologique, que toute image est produite par « quelqu'un » qui a une intention

Identifier les grands groupes médiatiques

S'interroger sur la crédibilité des sources

Identifier les critères de hiérarchisation de l'information

S'informer sur les codes professionnels de déontologie, les organismes de contrôle (CSA, jury d'éthique publicitaire)

S'informer sur les rapports entre T.V., pouvoir et argent

Prendre conscience de tout le travail réalisé en amont de la réalisation et de la diffusion (ex : interview)

...