

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM282	Recherches en communication	4	3	0	0	3	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	On interroge d'abord dans ce cours comment peut-on poser des questions concernant les phénomènes médiatiques. Quelles sont les problématiques légitimes des sciences de l'information et de la communication. Des exemples de sujets de recherches récents venant de la société (violence sur le Web, les publicités et les films populaires...etc.) sont discutés en lien avec les recherches des effets des médias. L'essentiel des théories des sciences de la communication est rappelé par rapport à leur problématique et à leur choix méthodologique. Ainsi nous avons l'objectif de donner les mots clés des méthodes de recherches fréquemment utilisées en sciences de l'information et de la communication.
Contenus	(Intitulés des sujets)
Ressources	1- La sociologie de l'audience, source: Judith Lazar, Sociologie de la communication, Armand Colin, Paris, 1991, pp.75-100. 2- Publics et Documents, Source: Jérôme Bourdon, Introduction aux médias, Montchrestien, Paris, 1997. pp.53-103. 3- La communication de masse: définitions et analyses. Source: Christian Baylon, et al., La communication, Nathan, 1994. pp.167-212. 4- Les relations publiques, véritable instrument de démocratie, Bernard Dagenais, Communications, vol.23, no:1, 2004. 5- Journalistes, une si fragile victoire, source: Dominique Wolton, Hermes, no:35, 2003. pp. 9-31. 6- La publicité. Source: Christian Baylon, La communication, Nathan, 1994, pp.283-370. 7- Le discours de la publicité. Source: Rodolphe Ghiglione, L'analyse automatique des contenus, Dunod, 1998, pp.99-143. 8- Journalisme et publicité. Source: Jean Michel Utard, Etudes de Communication, no:27, 2005, pp.109-119. 9- Les messages publicitaires. Source, Didier Courbet, Hermes, no:41, 2005, pp.67-74. 10- La société télévisée, source: René Predal, Les médias et la communication audiovisuelle, Les Editions D'organisation, 1995, pp.163-2001. 11- Analyse des images de télévision, source: Jacques Noyer, Etudes de communication, no:27, 2005, pp.137-157. 12- La communication publique, source: Genevieve Paicheler, Hermes, no:41, 2005, pp.103-120. 13- Communication et la constitution du public, source: Helene Joffe, Hermes, no:41, 2005, pp.121-129. 14- Semiotique, source: Karihe Berthelot-Guiet, Etudes de communication, no:27, 2005, pp.121-134. 15- Analyse de l'enjeu du titre dans la presse quotidienne, source: Aurelie Tavernier, Etudes de communication, no:27, pp.159-175. 16- Analyse sémiologique et pragmatique des discours (internet), source: Annie Gentes, Hermes, no:22, 1998, pp.131-142. 17- Communication Interculturelle, source: Joanna Nowicki, Hermes, no:41, 2005, pp.131-138 et Yves Winkin, Anthropologie de la communication, Point-Essais, Paris, 2000, pp.193-205. 18- Cultural studies, source: Armand Mattelart et Eric Neveu, Introduction aux cultural studies, la Découverte, 2003, pp.50-69 et pp.91-108. 19- Une évaluation des sciences de la communication et de l'information, Source: Robert Boure, Communication, vol. 24, no:1, 2005, pp.9-37.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	présentation du cours
2	Les films de Leni Riefenstahl et Susan Sontag 1

Semaine	Intitulés des Sujets
3	Les film de Leni Riefensthal et Susan Sontag 2
4	Les film de Leni Riefensthal et Susan Sontag 3
5	Bernardo Bertolucci Il Conformista 1
6	Bernardo Bertolucci Il Conformista 2
7	Examen partiel
8	La cinematographie de Michael Haneke
9	Septieme Continent -Societe de consommation
10	Benny's Video- media et violence
11	Black Mirror- nouveaux medias 1
12	Black Mirror- nouveaux medias 2
13	societe de controle et surveillance 1
14	societe de controle et surveillance 2